РУССКИЙ ЮВЕЛИР

февраль | 2012 (2)

ТЕМА НОМЕРА:

ЮВЕЛИРНОЕ ДЕЛО КАК ИСКУССТВО

ISSN 1810-7311

О роли музеев в становлении художника |

Твою силу определяют твои соперники |

Ювелирная микромеханика |

DA ДАНИАЛИС

ювелирнаякосметика.рф

чистящие
влажные салфетки
для ювелирных изделий

полирующие салфетки
для ювелирных изделий

средства для чистки
для ювелирных изделий

перчатки для
продавцов
ювелирных магазинов

На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА«Русский Ювелир».
Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ.
Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.

По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (Даниалис™), 199034, Санкт-Петербург,
В.О., 16-я линия, д. 7 т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61,
www.danialis.ru, www.ювелирнаякосметика.рф, e-mail: info@danialis.ru

ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО», 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67-66
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ», ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./ факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48

реклама

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог
Михаил Чижов

дизайн и верстка
Екатерина Калинина

фото
Платон Терентьев

рисунки
Екатерина Калинина

корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 327-75-65/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 2, 2012 год

ТИРАЖ 5000 экз.

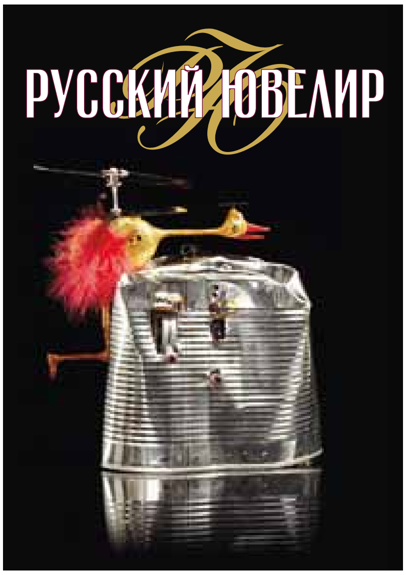
СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» — кавлер ордена «Карла Фаберже» III степени



Мартин Стейнхорст, Германия
Брошь «Редкая птица»

содержание

ВЫСТАВКИ

6 «JUNWEX Петербург» — 20 лет успеха!

20 «Зенит» подписал соглашение о партнерстве с компанией «Адамант»

60 500 лет истории европейского часового искусства

КОНКУРСЫ

10 Признание Петербурга

ТЕМА НОМЕРА: ЮВЕЛИРНОЕ И ЧАСОВОЕ ДЕЛО КАК ИСКУССТВО

16 Мечтая о лучшем, мы создаем совершенство

18 С места — в полет!

22 Стопки-перевертыши

24 Ювелирное дело как искусство

18 С места — в полет!

26 О роли музеев в становлении художника

ТЕМА НОМЕРА

32 Твою силу определяют твои соперники

ТЕМА НОМЕРА

62 Ювелирный гид покупателя

26 О роли музеев в становлении художника

30 Твою силу определяют твои соперники

36 Грани воображения

ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ

40 Украина ювелирная времен независимости

РУКОВОДИТЕЛЮ НА ЗАМЕТКУ

46 Сказка ложь, да в ней намек, или Метод сторителлинга

АУКЦИОНЫ

50 К новым рекордам!

ЧАСЫ

54 Ювелирная микромеханика. Часть 3

ШПАРГАЛКА ПРОДАВЦА ЮВЕЛИРНОГО МАГАЗИНА

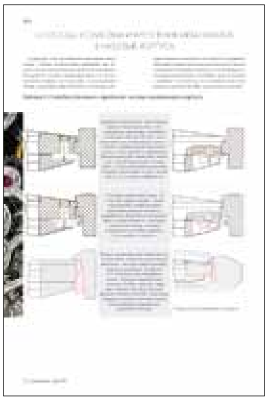
62 Ювелирный гид покупателя

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

66 С днем рождения!

10 Признание Петербурга

54 Ювелирная микромеханика. Часть 3



Вредные Советы от «Красцветмета»
Ты работаешь кассиром в магазине ювелирном,
И с утра до самой ночи целый день ты на ногах.
Чтобы жизнь тебе облегчить, принимай такой совет:
Ты со всех витрин подальше спрячь изделья «Красцветмет»,
Покупателям не вздумай никогда их предлагать!
И буквально через месяц — чудес сразу не бывает,
Ты поймешь, что на работе очень даже интересно:
Можно выспаться на стуле, можно книжку почитать,
Обзвонить подруг всех сразу и об отпуске мечтать!
Шеф, конечно, не похвалит, но со временем поймет!
КРАСЦВЕТМЕТ
КРАСЦВЕТМЕТ
КРАСЦВЕТМЕТ
Открытое акционерное общество «Красноярский завод цветных металлов им. В. Н. Гулидова»
Российская Федерация, 660027, г. Красноярск, Транспортный проезд, дом 1,
тел.: (391) 259-33-44, 259-32-63,
факс: (391) 259-30-00
e-mail: orc@knfmp.ru
www.krastsvetmet.ru
реклама

«JUNWEX Петербург» — 20 лет успеха!

Этот год богат юбилеями: старейшие российские предприятия «Ювелиры Урала» и «Русские самоцветы» отмечают знаменательные даты: уральцы празднуют 115 лет, а петербуржцы — 100 лет со дня основания заводов. И пусть 20-летие выставки «JUNWEX» выглядит несколько скромнее в сравнении с юбилеями патриархов отрасли, однако оно не менее значимо для российской ювелирной отрасли.

На крупнейшей площадке Северной столицы более 600 ведущих ювелирных компаний России представили свои ювелирные коллекции на «JUNWEX Петербург».

Посетителями выставки стали свыше 49 600 человек, из которых 17 532 — специалисты оптовой и розничной торговли, представляющие 3874 компании из всех регионов России и стран СНГ.

«JUNWEX Петербург» является традиционной точкой отсчета событий, происходящих в ювелирной отрасли России. И если на сентябрьской выставке некоторые сетовали на отсутствие новинок, то в феврале многие посетители отметили появление неординарных оригинальных коллекций. Это позволило оптовикам сделать нужные отборки, соответствующие их представлениям о спросе в регионах.

В соответствии с новыми требованиями рынка построило свою работу на выставке и РИА «РосЮвелирЭксперт», учредившее новую структуру — Рейтинговое Агентство «JUNWEX». В целях мониторинга оценок доверия широкой аудитории покупателей к торговым маркам, представленным на выставке, в каждом зале работали компьютерные стойки, на которых всем желающим из 49 647 посетителей выставки предлагалось отдать свой голос за пять наиболее знакомых и востребованных ими ювелирных компаний.

Еще одной новостью стал факт расширения географии розничных покупателей. Ставший уже привычным большой поток покупателей петербуржцев в этом году приумножился московскими посетителями,

РЕСТЭК JUNWEX

Клуб «Российская ювелирная торговля»

РосЮвелирЭксперт

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX ПЕТЕРБУРГ

6—10 февраля 2013

Санкт-Петербург, Ленэкспо

JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

30 мая – 3 июня 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX МОСКВА

15—19 сентября 2012

Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69

JUNWEX WATCH

15—19 сентября 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY

Лучшие Украшения России ПИТЕР-ЮВЕЛИР

30 января – 3 февраля 2013

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

Лучшие Украшения России

6–9 марта 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX ЕКАТЕРИНБУРГ

22–25 ноября 2012

Екатеринбург, Атриум Палас Отель

Лучшие Украшения России

5–9 декабря 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

Лучшие Украшения России

12–16 декабря 2012

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

junwex@restec.ru (812) 320-80-90, 303-98-60 www.junwex.com

реклама

которые значительно укрупнили чеки на продажи эксклюзивных украшений. Цены на отдельные покупки оказались сопоставимы с ценами на 1–2-комнатные квартиры в Петербурге. Эти наблюдения подтвердили представители Смоленского «Кристалла», поблагодарившие Оргкомитет за широкую рекламу, выходящую за пределы Петербурга.

Посетителями и участниками отмечена удачная структуризация выставки. Так, например, генеральный директор компании «Ювелиры Урала» Светлана Валерьевна Язева поблагодарила Оргкомитет выставки за то, что их убедили сменить экспоместо в седьмом павильоне на бриллиантовую «четверку». «В результате и розничные продажи, и общение с элитными салонами стало комфортнее и значительно выгоднее, чем в прошлом году», — отметила она.

Удачно работали ориентированные на опт продавцы серебра в третьем павильоне, второй год специализирующемся на «серебряной» тематике. Там находились главные поставщики серебра, что хорошо восприняли и оптовики, и розничные посетители.

«Семерка» все больше приобретает имидж огромного экспопространства для удобного общения с крупными предприятиями, ориентированными на широкий массовый ассортимент. Многие компании применили эффективные PR-механизмы выстраивания лидерских позиций на выставке. К примеру, занявшие в павильоне № 7 положение «небожителей» на вторых этажах заводы «Диамант» и «Титан» отметили его как более комфортное и наиболее эффективное. Затраты на строительство при этом были на порядок меньше, что позволило, к примеру, «Диаманту» разыграть среди своих оптовиков автомобиль. Можно принять за хороший пример ОАО «Русские самоцветы», которые организовали на выставке розыгрыш квартиры среди своих розничных покупателей.

На выставке были опробованы новые пятна застройки «Национальным Достоянием», удачно занявшим два этажа в холле, и «Никой», использовавшей конференц-зал на втором этаже в качестве VIP-зала для работы с избранными клиентами.

На церемонии открытия выставки «JUNWEX Петербург» были награждены лидеры отрасли по продажам 2011 года. Список компаний был определен Союзом ювелиров Северо-Запада и агентством «РосЮвелирЭксперт».

Производство золотых украшений без камней, с цветными и синтезированными вставками:
«Ювелиры Северной Столицы», Санкт-Петербург

Производство серебряных украшений без камней и со вставками»:
ООО «ВИП-2000», Санкт-Петербург (по количеству);
ООО «Елизавета», Санкт-Петербург (по массе)

Серебряная посуда:
ОАО «Русские самоцветы», Санкт-Петербург

Производство ювелирных украшений из золота с камнями I группы:
ООО «Завод «Каст», Санкт-Петербург

Производство ювелирных украшений из палладия с камнями I группы:
ЗАО «Грингор», Санкт-Петербург

Продавцы оборудования и комплектующих, занимавшие павильон № 5, широко использовали проведение семинаров-презентаций. «В основном крупное оборудование заводы приобретают в сентябре, но если его не показать заблаговременно, не заставить задуматься о появившихся новых технологиях и их преимуществах, то и в сентябре ничего не продашь», — рассуждают опытные технические специалисты.

Программа технических мероприятий была традиционно сведена в отраслевую конференцию «Ювелирная Индустрия: Дизайн. Технологии. Оборудование», которая проходила в течение двух дней с активным участием модераторов от 16 отечественных и зарубежных фирм, среди которых были и ведущие поставщики: «Рута», «Клио», «Юмо», «Сапфир», «Ювелир Партнер» и др.

Ну и конечно же, в рамках выставки состоялся традиционный конкурс на приз культурной столицы «Признание Петербурга». За звание победителей соревновались лучшие из лучших. И потому взыскательному жюри, состоявшему из знаменитых искусствоведов, признанных экспертов ювелирного искусства, было непросто определить тех, кто достоин получить Международный паспорт высокой художественной ценности Высшей Экспертной Коллегии РИА «РосЮвелирЭксперт». Предлагаем вашему вниманию работы победителей конкурса, чьи имена были объявлены на торжественной церемонии.

Всероссийский конкурс ювелиров на приз культурной столицы «Признание Петербурга»

I место в номинации «Эксклюзивные изделия с бриллиантами»
Перстень «Айвенго» и кольцо «Септима».
ООО «Ювелирная группа "Смоленские бриллианты"», Смоленск

I место в номинации «Классика XX столетия»
Кольцо «Премьера».
Ювелирный дом «Тулупов», Екатеринбург

I место в номинации «Эксклюзивные изделия с бриллиантами»
Гарнитур «Параллельные миры».
Авторы: О. А. Ядренцева, Е. Колесов.
ООО «Бриллианты Костромы», Кострома

I место в номинации «Современный историзм»
Браслет «Неуловимая».
Автор А. Б. Орлова.
ООО «КЮФ «ТОПАЗ», Кострома

I место в номинации «Модные тенденции»
Колье «Восток-Запад».
Авторы: Л. К. Ванькова, С. Г. Ваньков.
ООО «Амбер Нева», Санкт-Петербург

I место в номинации
«Современный историзм»
Гарнитур «Ар-деко».
ОАО «Русские самоцветы»,
Санкт-Петербург

I место в номинации «Классика XX столетия»
Эмалево-филигранный набор бокалов для питья.
ОАО «Русские самоцветы», Санкт-Петербург

I место в номинации
«Лучшая коллекция массового производства»
Коллекция Diva. «Рифеста Холдинг»,
Екатеринбург

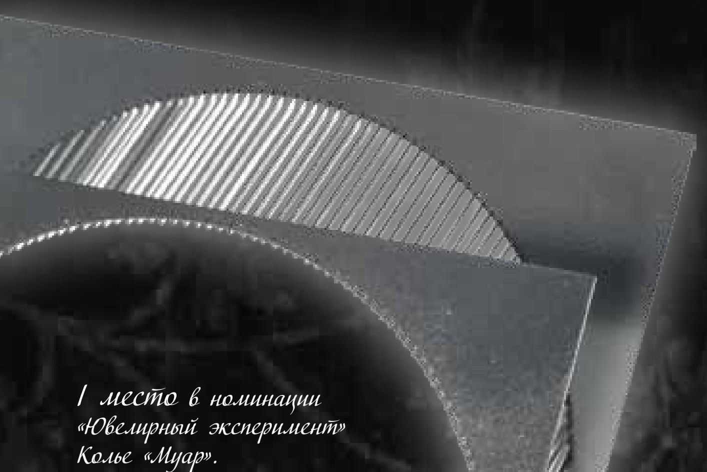
I место в номинации
«Лучшее ювелирное украшение
или коллекция сезона»
Коллекция «Пробуждение Брахмы».
Автор Марк Балдин;
мастера-ювелиры: Марк Балдин,
Виктор Павлов. «Золото Сибири»ТМ,
Новосибирск

I место в номинации «Модные тенденции»
Колье «Марракеш».
Авторы: Л. К. Ванькова, С. Г. Ваньков.
ООО «Амбер Нева», Санкт-Петербург

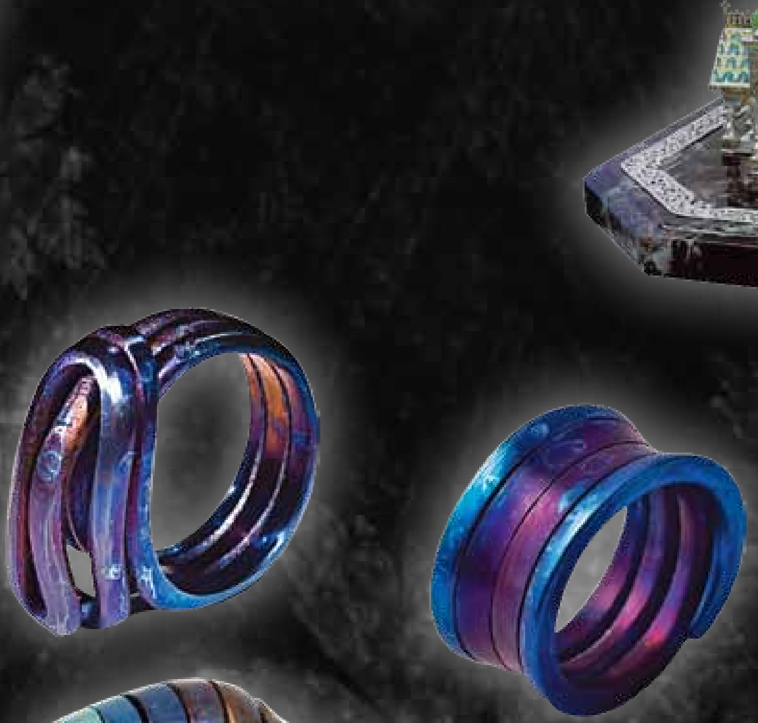
I место в номинации
«Модные тенденции»
Коллекция колец
с фантазийными алмазами.
ООО «Ювелирный Дом
Александров и К», Барнаул

I место в номинации
«Лучшее ювелирное украшение
или коллекция сезона»
Коллекция «Медовый спас».
Автор Т. Ф. Теплинская;
мастера-ювелиры: Г. Минько, М. Колобов,
С. Накваскина
ОАО «Костромской ювелирный завод»,
Кострома

I место в номинации «Дизайн часов»
Часы Eternity из коллекции Universe, НИКА Exclusive.
Автор Т. А. Саникидзе;
мастера-ювелиры: М. В. Калинин, Н. А. Хромов.
Часовой завод «НИКА», Москва

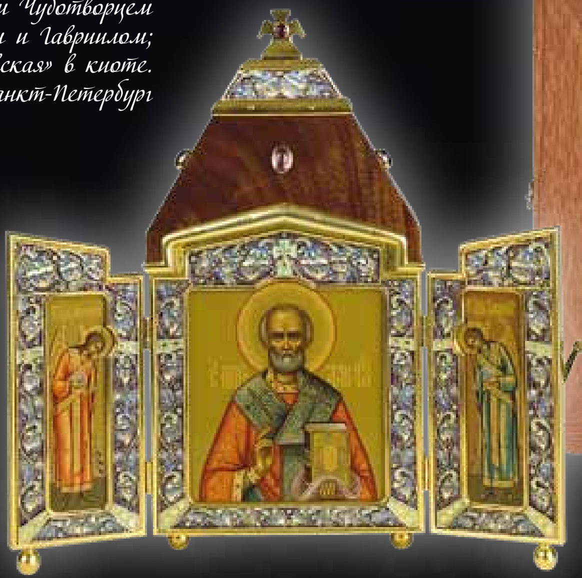


I место в номинации «Ювелирный эксперимент»
Колье «Муар».
Елизавета Бормотова, Санкт-Петербург



I место в номинации «Ювелирный эксперимент»
Серия украшений Vespiary.
Юрий Былков, Санкт-Петербург

I место в номинации
«Предметы религиозного культа»
Триптих с Николаем Чудотворцем
и предстоящими Архангелами Михаилом и Гавриилом;
икона Божией Матери «Феодоровская» в киоте.
Алексей Донцов и Даниил Донцов, Санкт-Петербург



I место в номинации
«Ювелирная и камнерезная пластика»
Собор Воскресения Христова на Крови.
Авторы: А. А. Рублев, А. В. Ситников;
мастера-ювелиры: Т. Я. Харламычева,
Г. Н. Лапшина, Т. Ю. Курдюкова,
А. Н. Комарова, И. А. Кирпичникова,
Т. Р.Медведева, А. В. Арутенкова.
ОАО «Красносельский ювелирпром»,
Красное-на-Волге

I место в номинации
«Предметы религиозного культа»
Миниатюрный складень «Святой Николай
Чудотворец». Автор С. Ф. Морозов. ОАО
«Красносельский ювелирпром», Красное-на-Волге

I место в номинации
«Ювелирная и камнерезная пластика»
ЗАО «Грингор», Санкт-Петербург
Яйцо Пасхальное «Власть». Автор А. С. Горыня;
мастер-ювелир С. Далидан

Мечтая о лучшем, мы создаем совершенство

Тенгиз Амиранович Саникидзе, совладелец группы компаний НИКА

Компания НИКА была основана в 2003 году и в короткие сроки вышла в лидеры российского рынка ювелирных часов. Сегодня НИКА ежемесячно производит свыше 25 000 изделий. Продукция компании широко представлена в магазинах партнеров по всей территории России и СНГ. В последнее время НИКА активно развивает собственную розничную сеть — в Москве открыто свыше 14 фирменных салонов НИКА.

Какое место в современном мире занимает часовое искусство, востребовано ли оно в России?

В современном мире часовое искусство по праву стало объектом пристального интереса коллекционеров, поклонников роскошных вещей, обладателей тонкого изящного вкуса.

Существует мнение, что часовое искусство — это исключительно часы с очень сложными механизмами. Однако если обратиться к истории часового дела, то становится понятным, что наряду с часовщиками очень многое для часового искусства создали ювелиры, художники-эмальеры, граверы: именно благодаря их совместной работе часы становились объектом восхищения истинных ценителей времени.

В современном часовом искусстве отчетливо виден растущий интерес к традиционным техникам обработки металла и декорирования, ценится ручная работа мастеров — часовщиков и ювелиров. Особенно это актуально для ювелирных часов, где важен не только сам часовой механизм, но и сложность его обработки, красота гравировок и инкрустации, дизайн и оформление корпуса и циферблата.

Может ли предприятие, сделав ставку на искусство, успешно развиваться?

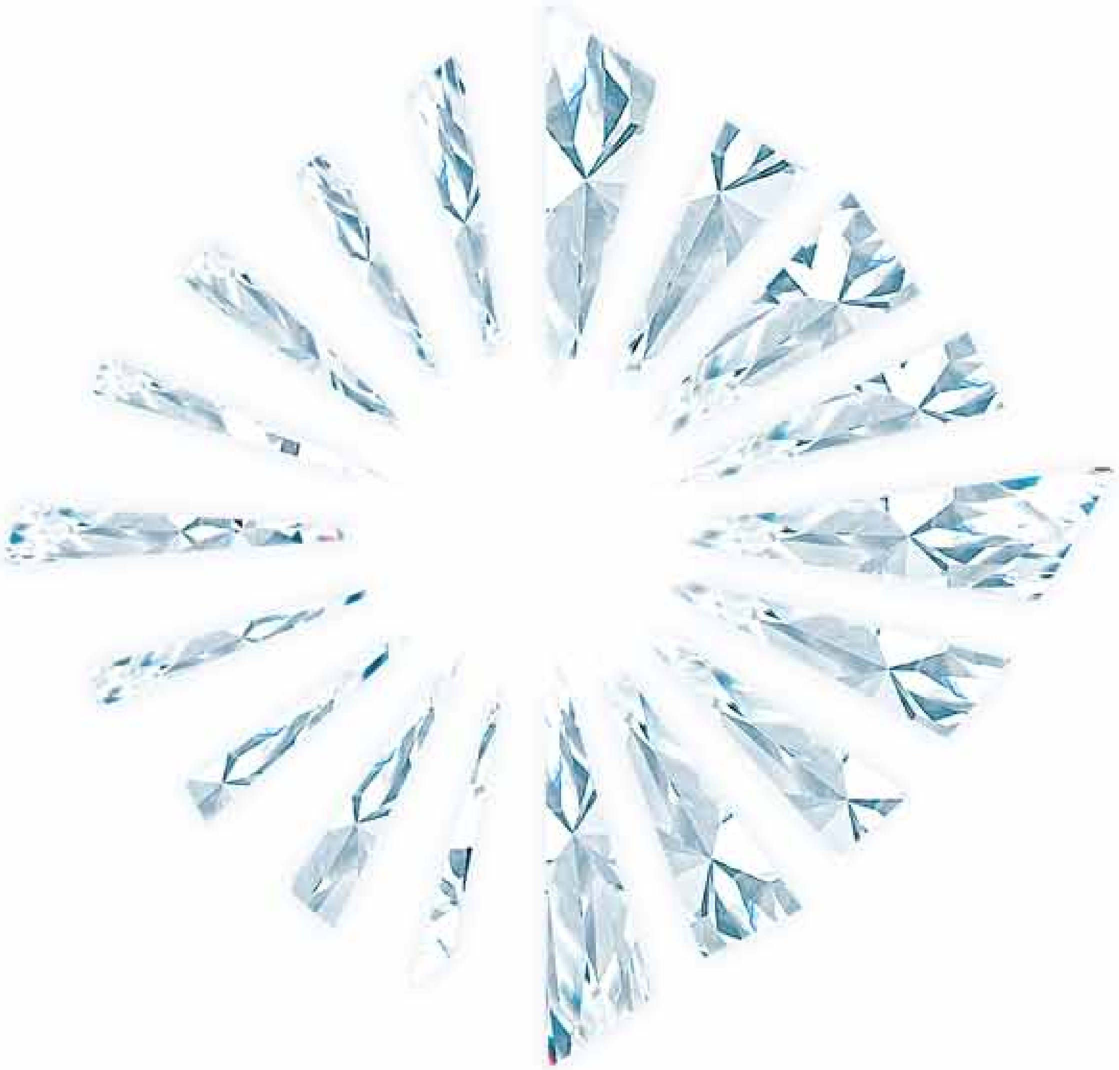
Во всем мире, включая российский рынок, находящийся в стадии возрождения, часовое искусство очень востребовано. В то же время часы с уникальными характеристиками, позволяющими отнести их к разряду произведений искусства, занимают весьма скромную часть от представленной продукции. В часовом деле компаний (или отдельных часовщиков), которые могут себе позволить выпускать только эксклюзивные часы, очень мало, поскольку это занятие требует больших вложений времени, сил и средств. Как правило, выпуск таких часов является дополнением к основному бизнесу, который заключается в массовом стандартизированном часовом производстве.

Каким образом вам удается успешно совмещать часовой бизнес и искусство?

Компания НИКА успешно совмещает работу в двух сегментах: производстве ювелирных часов НИКА и создании часов ручной работы НИКА Exclusive. Наличие стабильного развивающегося основного производства позволяет компании осуществлять эксперименты в области часового искусства и создавать редкие по своей красоте часы с особой индивидуальностью.

Какова роль личности в успешном развитии предприятия?

Для производства часов под брендом НИКА Exclusive компания НИКА привлекла высокопрофессиональных специалистов: часовщиков, ювелиров, эмальеров и дизайнеров. Каждый член команды мастеров, создающих часы НИКА Exclusive, является профессионалом своего дела. При этом всех их объединяет желание создать что-то поистине уникальное и выдающееся. Благодаря их совместным усилиям, умелому руководству и творческой атмосфере рождаются ювелирные часы НИКА Exclusive — рукотворное чудо в мире часового искусства.



CRYSTALIT
corporation

Уникальная коллекция
ювелирных камней

МОСКВА - КОСТРОМА -
КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ -
ЕКАТЕРИНБУРГ

8(800) 200 22 28
звонок с любого телефона
бесплатный
www.crystalit.ru

реклама

С места — в полет!

Говоря об искусстве, очень часто можно услышать такие эпитеты, как «успешный старт», «стремительный взлет», «полет мысли»… Мы уже не вдумываемся в смысл этих выражений, ставших устойчивыми речевыми оборотами.
Наше интервью с Геннадием Сергеевичем Королевым, генеральным директором ювелирного завода «Титан», даст вам представление, как эпитеты облекаются в конкретную форму. Наш разговор — об искусстве стратегии и тактики, о креативности мышления, об искусстве — искусстве побеждать!

РЮ: Геннадий Сергеевич, с момента нашей последней встречи прошло уже полгода. Что удалось сделать за это время?

Г. С.: Сделали много. Мы получили практически полностью весь комплект оборудования, обеспечили финансирование, сформировали склад. Набрали портфель заказов, что позволит обезопасить деятельность предприятия в будущем. Практически каждую неделю мы расширяем ассортимент за счет выпуска новых плетений золотых и серебряных цепей и браслетов. В общем, работа проделана не меньшая, чем за предыдущие триста дней, когда с нуля построили современный ювелирный завод.

РЮ: Триста дней, которые потрясли мир?

Г. С.: Ювелирный мир, конечно, мы не потрясли, но когда в сентябре мы привозили посетителей и участников выставки «JUNWEX» на наше предприятие и они смогли увидеть, чего удалось нам достичь за столь короткий период, их мнение было практически единогласным: так не бывает! Согласитесь, от такого мнения специалистов ювелирного дела можно испытывать некоторую гордость. Кто-то ремонт в двухкомнатной квартире дольше делает, а мы за это время построили завод площадью более тысячи квадратных метров с мощностью, дающей возможность выпуска пятисот килограммов продукции в месяц.

РЮ: Тогда, насколько я помню, Вы немного волновались, как оно все пойдет дальше. Построить — это, конечно, хорошо, но как будут обстоять дела с продажами?

Г. С.: Да, сейчас волнений меньше, спрос есть, значит, и продажи есть.

РЮ: В чем искусство?

Г. С.: Никакого искусства. У нас только на выборах волшебники работают, а мы занимаемся бизнесом. Честно вести дела, не обещать того, чего не можешь исполнить, уважать клиентов и партнеров — это очень важно. Обеспечить необходимое качество продукции, актуальный прайс, высокий уровень сервиса при низких издержках — и конкуренция будет не так страшна. Конкурентов не боимся, но уважаем. Мы находимся в той нише рынка, где продукция — золотые цепи автоматного плетения у всех, по большому счету, одинакова. Это обусловлено тем, что оборудование у всех одинаковое. Жестко контролировать качество на всех этапах, не допускать ошибок — и на выходе мы получим именно тот продукт, который справедливо ожидает наш клиент и который нужен нашему покупателю. А дальше начинают работать другие инструменты: сервис, обслуживание, компетентность, продвижение... В которых мы, я надеюсь, будем лучшими.

РЮ: Следующий шаг — продвижение продукции? «Титан» марка новая на рынке.

Г. С.: Этот шаг мы уже сделали. Мы впервые участвовали в выставке, одной из двух крупнейших в России — «JUNWEX Петербург» — с собственным стендом.

РЮ: Поздравляю. Старт (или взлет?) получился ярким. Я лично слышала, как

компании, которые в прошлом году стояли на вашем месте, остались им недовольны. А вы построили не просто стенд, а стенд, ставший хитом выставки.

Г. С.: Спасибо. А еще спасибо организаторам выставки — компании «РЕСТЭК» и лично Валерию Васильевичу Будному и Ольге Владимировне Мироновой. Они в нас поверили и предоставили просто прекрасное место в центральном павильоне.

Ведь с чем мы шли на эту выставку? Нам было необходимо, как компании новой, создать заметный креативный стенд, отличный от стендов других участников. Организовать комфортное место для общения менеджеров с клиентами и клиентов друг с другом. Обеспечить необходимую навигацию к стенду, чтобы нас просто было найти, ведь балкон Северной галереи — это все-таки не первая линия, тем более, когда весь павильон застроен небоскребами и от входа наш стенд не заметен.

Конкурировать в эксклюзивном строительстве со стендами, например с компаниями НИКА или «Адамант», которые всегда традиционно строят прекрасные стенды, тяжело. Поэтому мы решили, что прежде всего должны отличаться концептуально. Ювелирный стенд — это, как правило, сундук, или на маркетинговом языке magic box, внутри которого скрываются помещения для переговоров, склады и т. д. То есть функционал ювелирного стенда как бы уже предполагает его закрытость. Поэтому мы изначально решили, что стенд должен быть открытым. Ведь и компания мы открытая, обращенная лицом к нашим клиентам.

Ну и по оформлению — фотографий красивых женщин в бриллиантах на выставке много, а самолет был один.

РЮ: Кстати, а почему именно самолет? Как связаны ювелирные украшения и авиация?

Г. С.: А очень просто. Второй вводной для определения концепции стенда было то, что мы находимся на балконе, то есть выше всех. А это авиация. В нашем случае, как для компании, ориентированной в первую очередь на B2B рынок, это бизнес-авиация.

Ведь авиация — это всегда позитив, сгусток инженерной мысли, осуществление мечты человечества. Вряд ли у кого-то не вызывает восхищения и удовольствия наблюдать за летным полем. И жаль того, кто обречен смотреть на облака только снизу. Кто не замирал в трепете, когда самолет перед взлетом, стоя на тормозах с бешеным воем разогнанных роторов, хрустит корпусом, тянется всеми суставами, чтобы в следующую секунду сорваться в немыслимый разбег?! Чумовой момент. Это я ответственно, как выпускник МАИ, заявляю.

А кроме прочего, авиация — это скорость, комфорт, сервис, технологии. Это все то, что мы стараемся внедрить и использовать в нашей деятельности.

РЮ: Ассоциативная цепочка понятна. Лично я считаю, что именно вот такие идеи и их осуществление и можно назвать искусством.

Г. С.: Спасибо. Надеюсь, что с Вами согласятся и наши клиенты.

ЗАО «ТИТАН»
141006 г. Мытищи МО,
Олимпийский проспект д. 38
тел. +7 (498) 687 24 16
WWW.ЦЕПИ.РФ
e-mail: inbox@goldleader.ru

«Зенит» подписал соглашение о партнерстве с компанией «Адамант»

1 февраля в рамках юбилейной выставки «JUNWEX» состоялась совместная конференция ювелирной компании «Адамант» и футбольного клуба «Зенит», во время которой прошла церемония подписания партнерского соглашения между ними.

Данное партнерство уникально для российской ювелирной индустрии и демонстрирует интерес отрасли к спортивному маркетингу. Стороны разработали специальный лицензионный договор, согласно которому «Адамант» получает право выпускать продукцию с изображением официального логотипа ФК «Зенит». В рамках нового сотрудничества компания создаст эксклюзивную коллекцию ювелирных изделий из золота и серебра. Продаваться украшения будут в сети фирменных магазинов ФК «Зенит» и специализированных ювелирных магазинах Северо-Западного региона. В церемонии приняли участие президент группы компаний «Адамант» Грач Авакян, генеральный директор компании «Адамант» Сергей Авакян, генеральный директор медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» Валерий Будный, коммерческий директор футбольного клуба «Зенит» Дмитрий Манкин и генеральный директор «Зенит-Трейд» Эдуард Синельников.

— «Адамант» — один из лидеров ювелирного рынка, и идея подписания договора между нашей компанией и футбольным клубом «Зенит» была абсолютно закономерной, — рассказал Сергей Авакян. «Зенит» — это гордость и лицо Санкт-Петербурга, один из ведущих и самых успешных клубов страны. Подписание этого соглашения — первый важный и далеко не последний шаг нашего партнерства. Компания «Адамант» поддерживает спорт: организует соревнования, создает детские спортивные секции. Это наш посильный вклад, дающий шанс вырастить поколение молодых спортивных людей, чемпионов, победами которых будет гордиться наша страна. Не за горами Чемпионат мира по футболу 2018 года, поэтому, поддерживая спорт сегодня, мы вносим вклад в успех российского футбола в будущем. Футбол — это больше чем игра, и со своей стороны от имени компании «Адамант» желаю «Зениту» только золотых побед!

— «Зенит» продолжает находить себе новых партнеров в лице самых авторитетных компаний, которые являются лидерами на своем рынке, — заявил собравшимся Дмитрий Манкин. — Мы благодарны компании «Адамант» за то, что ее руководство видит в бренде «Зенита» потенциал, необходимый для развития бизнеса. Приятно, что сегодня мы подписываем соглашение с российским производителем, а не просто с дистрибьютором. Кроме того, «Адамант» — социально ответственная компания, которая понимает, что значит футбол для России.

У настоящих лидеров своего дела много общего. И хочется особо отметить, что и «Зенит» и «Адамант» объединяет одна важная задача — стремление оправдать ожидания поклонников и потребителей!

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-Весна
3 – 9 марта 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-2
24 - 28 мая 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-2012
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
3 - 10 сентября 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru
реклама

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-3
3 – 13 декабря 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Стопки-перевертыши

Русские чарки, прародители современных стопок-перевертышей, появились много веков назад. Они изготавливались из самых разнообразных материалов: дерева, золота, серебра, бронзы и т. д. В XVIII веке чарки уже основательно вошли в быт русского народа. Форма этих емкостей могла быть совершенно разной. Отличались и способы их украшения — эмаль, чеканка, чернение, и это лишь неполный список способов, с помощью которых умелые мастера возводили чарки в разряд произведений искусства.

Стопка-перевертыш «Глухарь»

Позднее появилась еще одна емкость для крепких напитков, ставшая позже культовой, а именно стопка. Название связано с русской традицией дозировать алкоголь по 100 грамов.

Стопки-перевертыши занимают особое положение в списке предметов столового серебра. Определить время их появления уже не представляется возможным, однако доподлинно известно, что они всегда являлись оригинальным, дорогостоящим подарком. Вероятно, в первый период их существования на первое место выступала их функциональная составляющая. Дело в том, что, наполнив стопку, поставить ее Вы можете, только допив до конца ее содержимое.

Как правило, подобные изделия изготовлены в виде головы животного (барана, зайца, зубра, медведя, рыси, кабана, лося) и отличаются мастерски выполненными деталями, что придает необычайное сходство с реальными животными.

Животные — это часто еще и яркий символ чего-либо. Так, например, подаренная стопка-перевертыш в виде головы льва символизирует собой пожелание новых побед, а гепарда — подчеркивает молниеносность реакции. Стопка в виде медведя — это подарок с пожеланиями душевных сил и мужества. Такого рода апелляция к личностным характеристикам наверняка найдет отклик в сердце человека, которому Вы хотите преподнести в подарок стопку-перевертыш. Таким образом, подобный подарок может позволить Вам получить расположение друга или делового партнера.

Помимо всего прочего, стопки-перевертыши способны вывести любое застолье на более высокий уровень и разнообразить веселье.

Ассортимент стопок-перевертышей завода «Русские самоцветы» весьма разнообразен! Здесь и целые коллекции, как, например, «Русская рыбалка» или «Африканская пятерка», и единичные предметы, которые, однако, также выполнены в общей стилистике. Причудливые фигуры, возможности нанесения на изделия золочения делают их великолепным подарком не только для любителей рыбалки и охоты, но и для всех ценителей прекрасного!

Эти изделия, несомненно, станут реликвией, передаваемой из поколения в поколение.

«Слон»

«Буйвол»

«Носорог»

«Лев»

«Гепард»

Ювелирное дело как искусство

Бизнес сам выбирает модель существования: кто-то делает украшения массового спроса, а кто-то стремится к созданию эксклюзива…
Мы задались вопросом: а может ли предприятие быть успешным, сделав ставку на авторское искусство? И востребовано ли в современной России ювелирное искусство? Разобраться в этом нам помог Александр Сергеевич Горыня, председатель Союза ювелиров Северо-Запада и руководитель компании «Грингор».

Абсолютно убежден в том, что ювелирное предприятие, полностью посвятившее себя искусству, коммерчески успешным быть не может. Ваш вопрос заставил вспомнить меня концепцию, чрезвычайно популярную в XIX веке «Искусство ради искусства». Она подчеркивала автономную ценность искусства, его самоцельность, а прикладное значение признавалось вредным для художественных качеств произведения. Ювелиры же работают в сфере прикладного искусства и способствуют проникновению красоты в повседневную жизнь каждого человека.

Поясню свою мысль на конкретном примере: есть в искусстве такое направление, как абстракционизм. Оно, в свою очередь, состоит из множества течений: орфизм, лучизм, супрематизм… Кто из нас, глядя на картину, может с ходу определить, к какому течению она принадлежит? Да, существует круг людей, которые в этой конкретной области являются специалистами, но он невелик. А большая часть общества вполне удовлетворяется знанием того, что Малевич, Мондриан и Кандинский — яркие представители абстракционизма. Другими словами, есть художник, формирующий критерии нового течения искусства, устанавливающий правила игры, понятные немногим, — на этом этапе существует «чистое рафинированное искусство». Но как только у художника появляются последователи и почитатели, появляются признание и тиражирование, вот тогда искусство и бизнес становятся союзниками. Применительно к ювелирному делу — как только адаптированная к вкусам публики художественная идея переходит на ремесленный уровень, она переходит в сферу бизнеса. Вы же ставите вопрос наоборот: может ли бизнес быть успешным, если он занимается только искусством. Не может.

СИМБИОЗ ИСКУССТВА И БИЗНЕСА

Я знаю одну фирму, которая успешно работала на грани очень высокого искусства. Это компания «Сирин». Они умели в непростые 1990-е годы создавать ювелирные шедевры и, что немаловажно, зарабатывать на этом. Больше на моей памяти таких компаний не было. Разве что «Золотая Орхидея» из Ижевска, но, к большому сожалению, она проиграла в конкурентной борьбе с валом.

В истории есть пример того, как художник благодаря искусству получил прижизненную славу. Это Рене Лалик, создававший украшения для императрицы Александры Федоровны и великой актрисы Сары Бернар. Но этот успех стал возможен благодаря его меценату Калусту Гюльбенкяну. Именно он открыл нам великого Лалика, предоставив тому поистине безграничные возможности для творческого поиска… И все-таки меценатство — это скорее инвестиции в культуру, мы же рассматриваем вопрос эффективности бизнеса применительно к искусству.

Возможен ли симбиоз искусства и бизнеса? На мой взгляд, ювелирное искусство может появиться и существовать только в такой тесной связке. И тому есть примеры. Всем известна компания «Эстет», выпускающая большое количество украшений массового спроса. При этом на предприятии существует творческая лаборатория, где главный художник компании Роберт Мелкумян создает удивительные вещи, которые являются визитной карточкой «Эстета». Из малых предприятий могу привести свое предприятие «Грингор». Большей частью мы выпускаем серийную продукцию: серебро с бриллиантами, большую линейку золотых изделий с бриллиантами и камнями 1-й группы, украшения из палладия и платины. Успешные продажи этих коллекций позволяют нам некоторую

часть средств пустить на долгосрочные проекты, а именно на серьезные вещи, которые, по определению экспертов рынка, являются искусством. Вообще говоря, любое искусство уходит своими корнями в ремесленничество. Если не владеешь виртуозной техникой изготовления, ты не создашь шедевра, несмотря на высокохудожественный дизайн. И опять мы приходим к симбиозу — художник (дизайнер) и исполнитель, который имеет золотые руки. В оценках ювелирных украшений мы зачастую обращаем внимание лишь на его дизайн, но ведь высочайшее искусство исполнения изделия не менее важно!

Такой союз искусства и производства, на мой взгляд, оптимален. Да, это не приносит дохода, но дает полет фантазии, на базе которого рождаются серийные изделия, и дизайн их со временем становится совершеннее. Знаете, нам удивительно повезло, что мы живем в это время: за прошедшие двадцать лет российская ювелирная промышленность постепенно переходит от выпуска «массовки», которая в советское время составляла 99%, к созданию дизайнерских вещей. На сегодняшний день ассортимент и художественный уровень изделий в России вырос невообразимо в сравнении с 1990-ми годами. Мы постепенно приближаемся к «золотому» веку ювелирного рынка России, когда соревнование Фаберже, Овчинникова, Хлебникова, Болина, Верфеля и других известных ювелиров задавало общий высокий уровень ювелирного искусства. И у нас сейчас создана такая прослойка ювелиров. Мы также соревнуемся друг с другом, благодаря чему резко возрос художественный уровень изделий. Другое дело, что сегодня очень мало выдающихся изделий. Но ведь их создание требует в первую очередь солидной финансовой базы. То, что может себе позволить «Эстет», не могут малые предприятия — это роскошь. Пока не могут, но они подрастают, приходит опыт, накапливается капитал, и в конце концов в России, я уверен, дизайнерская составляющая выстрелит. Наша национальная особенность в том, что нам все нужно «здесь и сейчас». То, к чему Тиффани шла 175 лет, мы хотим получить немедленно, спустя двадцать лет встать в один ряд с Картье, Бушероном и Булгари... Уверяю вас, все приложится, дайте срок!

РОЛЬ ЛИЧНОСТИ

Есть одно хорошее выражение: «Генеральный директор может быть самым тупым, но при одном „но" — если он сумел собрать в компании всех лучших специалистов». А если серьезно, то один из главных критериев успешности предприятия заключается в желании новаторства. Когда я занимал должность генерального директора «Русских самоцветов», мы первыми в России внедрили закрепку «инвизибл». Почему? Потому что для меня было важно, чтобы этот набиравший популярность во всем мире вид закрепки появился в России, на моем предприятии. И потом, это было интересно — разработать технологию закрепки, создать новую линию украшений, первыми в стране научиться делать то, о чем другие и не думали. Затем, когда я открыл собственное предприятие «Грингор», мне интересно было внедрить в производство серебро с бриллиантами. Сейчас это стало привычным, но тогда меня никто не понимал, и все специалисты считали мою идею несколько экстравагантной, мягко говоря, и коммерчески неудачной. Зачем крепить бриллианты в серебро, если есть золото? И главный их аргумент: этого никто не делает в мире, следовательно, в этом нет смысла! Но одного не учли эти скептики — новации рождает жизнь. На тот момент — а это было в 1999 году — страна пережила дефолт. В это же время в моду входило белое золото, а люди стали гораздо беднее. И моя идея «выстрелила», коллекции расходились «на ура». К тому же сработал элемент необычности — каждой женщине хочется иметь в своей коллекции драгоценностей что-то особенное, не такое, как у всех. И бриллиант, обрамленный в серебро, подходил для этой цели как нельзя лучше. Порой моя тяга к инновациям заводила меня далеко. Сейчас мало кто помнит, что предприятие «Грингор» в 2000 году первым мире (обогнав на три месяца американцев) создало коллекцию с синтезированными бриллиантами. Мы не очень афишировали это достижение, чтобы нас не стали ассоциировать с синтетикой. Пока наш рынок не готов к восприятию подобных коллекций, и мы более не стали экспериментировать в этом направлении.

ДИЗАЙН И КОММЕРЦИЯ

Руководитель предприятия не может быть глубоким специалистом во всех сферах, но он обязан чувствовать всех специалистов. Для этого нужно иметь соответствующее образование, лучше всего техническое и экономическое — без экономических знаний успешно управлять предприятием невозможно. Специфика нашей отрасли требует еще одного дополнительного образования — гуманитарного. Тогда эти три составляющие дают понимание того, как следует развиваться предприятию и как комплектовать коллектив.

Насколько руководитель должен доверять художественному чутью главного художника или дизайнера? Здесь все просто. Оно выражается в конкретных цифрах, а именно в успешности продаж изделий. Другое дело, если мы говорим о формировании направления. На мой взгляд, если руководитель единолично пытается его сформировать, это неправильно. Формирование ассортиментной политики компании — задача главного художника как специалиста. Безусловно, руководитель может вносить ограничения, но они касаются установления ценовых пределов, количества камней и их характеристик. Но нельзя ограничивать полет фантазии художника, потому что перед ним стоит сложнейшая задача — определить, почувствовать тенденции, витающие в воздухе, угадать и выбрать из них то, что станет успешным, создать коллекцию, адаптировав дизайн украшений под вкусы усредненного покупателя. Это очень сложно и под силу не многим. Задача руководителя — найти или вырастить на предприятии такого специалиста, а не создавать дизайн самому.

Зоя Васильевна Костяшова,
заместитель директора по научной работе
Калининградского музея янтаря

О роли музеев в становлении художника

ОБ АВТОРЕ

Зоя Костяшова работает в Калининградском музее янтаря со дня его открытия в 1979 году, прошла все ступеньки музейной работы от экскурсовода до заместителя директора по научной работе. В начале восьмидесятых занялась изучением янтаря и истории янтарного дела в Восточной Пруссии, СССР и современной России. Автор монографии «История Калининградского янтарного комбината» (Калининград, 2007) и около 80 научных работ, опубликованных в России, Польше, Литве, Испании, Германии и Украине. Член Международного объединения янтарщиков, представитель от России во Всемирном совете по янтарю, который объединяет ученых и экспертов из разных стран в области изучения янтаря и янтарного дела.

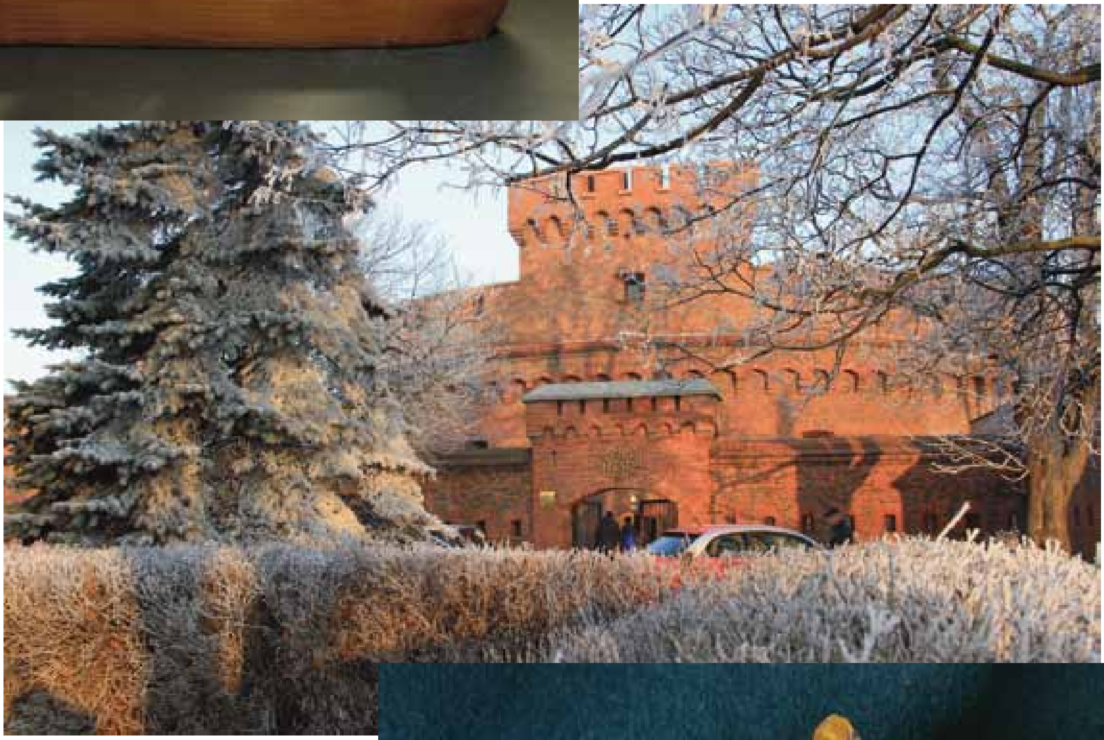
*Композиция «Птица», 2003 г.
Янтарь. А. Крылов, Санкт-Петербург*

Какое место в современном мире занимает ювелирное искусство? Востребовано ли оно?

Ювелирное искусство сегодня, как и на протяжении многих веков, продолжает оставаться очень значимым, в особенности для нас, женщин. В конце концов, ни один другой вид искусства не соприкасается с нами столь близко, даже интимно. Если же говорить об авторском ювелирном искусстве, то в СССР оно получило развитие во второй половине 1960-х годов, когда на выставках декоративно-прикладного искусства стали появляться произведения художников-ювелиров. В 50—80-е годы прошлого века на рынке в основном преобладали серийные украшения, массовым производством которых занималось несколько заводов Союзювелирпрома, в том числе и Калининградский янтарный комбинат. В 1970-е годы стремительно возросла популярность золотых изделий, комбинат уловил эту тенденцию и стал выпускать массовыми сериями украшения из золота. Это были очень простые по дизайну, незамысловатые, выполненные в технике центробежного литья по выплавляемым моделям изделия, но они пользовались огромным спросом. Люди покупали украшения в основном из-за самого золота, которое считалось едва ли не единственным способом уберечь деньги от обесценивания.

Позже на комбинате стали выпускать литые изделия из серебра. Параллельно с серийным производством развивалось авторское ювелирное искусство. В Калининградской области оно зародилось

Композиция «Люблю тебя», 2005 г.
Янтарь, эмаль, дерево, металл.
О. Шорохова, Калининград



Здание Музея янтаря

Композиция «Инопланетяне», 2008 г.
Янтарь, серебро. Л. Серебрякова, Калининград

Брошь «Омут». 1980 г.
Янтарь, металл. Н. Жутикова, Калининград

Флакон «Магия». 2002 г. Янтарь. И. Брасюнас, Калининград

на Янтарном комбинате, где работали талантливые мастера, приехавшие в поселок Янтарный после окончания Красносельского училища художественной обработки металлов. Созданные художниками в одном-единственном экземпляре, имеющие оригинальный дизайн вещи стоили намного дороже. Они были доступны гораздо меньшему количеству людей. Надо признаться, что и спрос на них был небольшим, так как у советских людей не было привычки носить оригинальные вещи, хотя и выполненные из недрагоценных материалов. Сейчас ситуация изменилась, и многие отдают предпочтение авторским работам художников. Авторское ювелирное искусство становится все более популярным. Многие люди предпочитают покупать вещи непосредственно у художника.

Стоит отметить, что традиции ношения золотых украшений в России еще очень сильны. Например, в соседней Польше носят преимущественно изделия из серебра, и у них хорошо развит дизайн изделий с серебром. А у нас золото по-прежнему любят и носят. Конечно, требования к качеству украшений стали гораздо более высокими. Это связано с тем, что на внутреннем рынке появились изделия известных ювелирных фирм из Италии, Франции, Австрии и других стран. Теперь вкусы нашего потребителя никак нельзя назвать непритязательными.

Конкуренция на рынке заставляет и наших производителей следить за модой, внедрять новые технологии и использовать нетрадиционные материалы. К тому же изделия из драгоценных металлов стали относительно дешевле, чем были в советское время, хотя цена на золото в последнее время растет.

Когда-то простенькая золотая цепочка могла украсить любой наряд. А сейчас женщины стремятся подбирать украшения к каждому костюму отдельно. Индустрия ювелирных украшений во многих странах развивается очень интенсивно. Об этом можно судить по выставкам-продажам, которые проходят несколько раз в год в Санкт-Петербурге, Москве, Екатеринбурге и других городах России. Специализированные янтарные выставки, пользующиеся неизменным успехом, проходят в Польше — Amberif и Ambermarkt (Гданьск), в Литве — Amber Trip (Вильнюс), у нас в Калининграде — «Янтарь Балтики». Современную женщину трудно себе представить без специально подобранных украшений, которые не только подчеркивают ее внешние данные, но и говорят о ее вкусах и предпочтениях. Чем богаче становится общество, чем выше доходы у граждан, тем быстрее и интенсивнее развивается ювелирное искусство.

Что необходимо для того, чтобы ювелирное искусство, в том числе янтарное, вызывало общественный интерес?

Здесь также надо сказать отдельно о производстве серийных изделий и авторском ювелирном искусстве. Для производства тех и других необходимо иметь янтарь. В последние годы он стал очень дорогим и малодоступным камнем, в Калининградской области его осталось совсем немного. Янтарный комбинат через посреднические фирмы вывозит львиную долю сырья на внешний рынок. С другой стороны, произведенную нашими фирмами готовую продукцию сложно вывезти за пределы области, даже в Россию. Это чисто технические вопросы, которые должны решаться на государственном уровне. Для полноценного развития янтарной отрасли, на мой взгляд, необходимо сочетание двух факторов: по-настоящему рыночная экономика и государственная поддержка в виде создания на первых порах льготных условий хозяйствования для местных производителей.

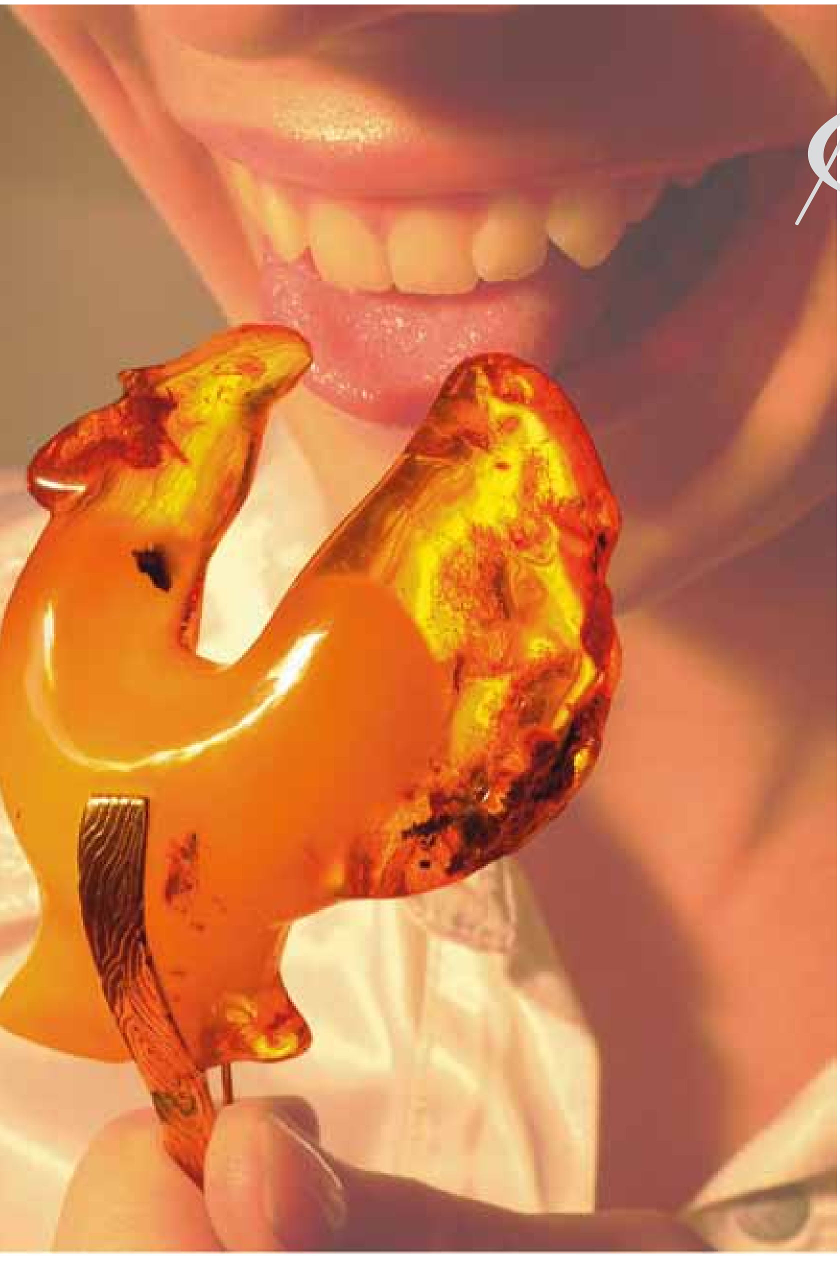
Для авторских произведений из янтаря очень важны заказы. К примеру, у прусского герцога Альбрехта, при дворах других монархов были свои резчики по янтарю, которые работали на конкретных заказчиков. И сегодня, допустим, кулон или брошку художник может сделать на свой страх и риск и, возможно, сумеет их продать. А дорогостоящие и крупногабаритные вещи, в которые надо вкладывать немалые средства, всегда делаются на заказ. И здесь важна роль музеев. В последние годы Музей янтаря по целевой программе правительства Калининградской области заказал у ведущих российских художников-янтарщиков целый ряд первоклассных вещей для своей художественной коллекции, а также приобрел несколько десятков антикварных предметов, в основном первой половины прошлого века. Подлинные произведения эпохи расцвета янтарного искусства XVII—XVIII веков стоят очень дорого и могут достигать на европейских аукционах цены в десятки и даже сотни тысяч евро. И сегодня для создания настоящего произведения янтарного искусства нужно много условий: качественный материал, высокий профессионализм мастера и долгая кропотливая работа. Такие вещи тоже неизбежно стоят дорого, поэтому музей мог бы способствовать созданию каких-то интересных современных масштабных произведений, которые бы стали украшением экспозиции, только при дополнительной поддержке властей или спонсоров.

Необходимо также развивать вкус у потребителя к хорошим, качественным вещам. Если люди не соприкасаются с подлинными произведениями ювелирного искусства, то у них не может развиться вкус на хорошие вещи. Другое дело, если они имеют возможность систематически посещать ювелирные выставки, — у них постепенно вырабатываются критерии оценки качества украшений или других произведений декоративно-прикладного искусства. Посетители Музея янтаря могут увидеть в его залах творческие работы самых разных направлений: от традиционных классических форм до новейших авангардных исканий, но могут быть уверены, что все они являются настоящими произведениями искусства.

Беседовала Марина Кузнецова, пресс-секретарь Музея янтаря

Твою силу определяют твои соперники

Школа Шароновых совместила в себе лучшие традиции русской ювелирной школы и свободу современного дизайна европейских столиц. Мастерство учеников Шароновых снискало признание на всероссийских и международных выставках и конкурсах ювелирного дизайна, а также в профессиональных союзах.
Дизайнер — это художник, работающий на нужды производства. Ювелирный дизайнер — это тот, кто должен определять политику ювелирного предприятия и, в общем-то, готовит свою идею для запуска ювелирного производства. Школа Шароновых занимается поиском новых идей, вырабатывает свои творческие подходы, технологии. На основе этих технологий ребята создают нечто свое, что по идее должно определять развитие ювелирной отрасли. Обо всем этом рассуждают студенты Школы Шароновых.



В 2002 году мы сформулировали для себя задачу создания школы ювелирного дизайна при Тольяттинском государственном университете, полагая, что это хорошая возможность решения проблемы ювелирного образования.

Наш метод основан на последовательном рассмотрении всех проектных задач, стоящих перед дизайнером-ювелиром, что позволяет вести работу от формирования идеи будущего изделия до ее воплощения в материале.

Мы осознаем, что систему образования нужно выстраивать таким образом, чтобы, покидая учебное заведение, специалист обладал профессиональным и моральным авторитетом и еще сумел выстроить модель своих взаимоотношений с производством, торговлей, рекламой, налоговыми органами и т. д.

Нам кажется, что назрела необходимость появления Центра ювелирного дизайна, в котором будут объединены имена, и любое ювелирное предприятие сможет рассчитывать на успех при уверенности не только в безусловном таланте команды, но и при условии его исключительной результативности. Либо команда под реализацию своей идеи могла бы выбрать предприятие и реализовать свой концепт на производственных мощностях как заказчик.

Вопросы подготовки кадров для будущего ювелирной отрасли, оснащение материально-технической базы, взращивания будущих учителей для передачи бесценного опыта — это очень важные для нас вопросы. Мы решили поговорить со студентами о видении нынешнего состояния авторского ювелирного искусства, о том, что должно измениться в обществе, чтобы ювелирное искусство было востребовано...

Диана Шаронова, Школа Шароновых. Брошь из серии «Сладости»

Лена Горбунова, 6 курс:

Размышляя над вопросами, я сразу заметила еще и то, как сильно они перекликаются с нашей практикой. Попробую сразу ответить на вопрос «Какова современная модель специалиста в области ювелирного искусства? Ювелир, он кто — дизайнер, художник, ремесленник?». Напрашивается ответ, что специалист должен быть всем перечисленным одновременно. И действительно, запросы на рынке труда и у бизнеса часто адресованы универсалам, умеющим все, и умеющим, надо отметить, хорошо (придумать, нарисовать, отстроить, выполнить). Если говорить о культуре, то всегда будет потребность в нестандартно мыслящих умельцах, расширяющих и углубляющих границы «жанра». И безусловно, в первую очередь нужно оставаться художником. Если соблюдается это условие, то не должно быть неловко или стыдно за сотворенное в дальнейшем, будь то продукция для производства-гиганта или единичный проект. Не знаю, как разрешить вот какой вопрос (к слову о том, что предполагает понятие «ювелирный дизайн»): ведь замечательному, например, архитектору не будет сверхзадачей создавать дизайнерскую ювелирку. Известно много примеров перехода именно из этой области... Надеюсь, вы меня поняли, спасибо за отличные вопросы!

Наталья Крюкова, 6 курс:

Ювелир, он кто — дизайнер, художник, ремесленник? Специалист в ювелирном деле обязан все время узнавать новое, опережать время в дизайне, интересоваться развитием новых технологий. Чем больше и шире знания, тем ценнее и востребованнее специалист.

Ювелир — прежде всего художник. Он должен научиться слушать себя, не идти на поводу у трендов и моды, а самому их диктовать. Понять и создать свой стиль, и чтобы в изделиях, как и в словах, был заложен некий смысл и ясно выражена мысль художника.

Может ли предприятие, сделав ставку на искусство, успешно развиваться? Сейчас современный мир развивается очень быстро. Наконец-то людям стали интересны нестандартные, душевные, оригинальные, «с мыслью внутри» ювелирные украшения. Поэтому предприятие, сделавшее ставку на искусство, ждет успех. Такие фирмы уже существуют на рынке, у каждого свой стиль, свое направление, а главное большое «НЕТ!» стереотипам и правилам.

Екатерина Александрова, 1 курс:

Что предполагает понятие «ювелирный дизайн»? Ювелирный дизайн — это величайшее современное искусство, в котором происходит слияние эстетики и технологии производства.

Ольга Облезина, Школа Шароновых. Украшение «Кружавель»

Огромную роль в становлении дизайнера-ювелира играет участие во всевозможных выставках и конкурсах. Примером может служить наша школа. Материалы работы нашей школы были представлены и по достоинству оценены на международных выставках и конкурсах ювелирного дизайна в Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Вольфсбурге, Валетте, Кольмаре, Лондоне, Париже, Турине. У нас среди студентов уже пятнадцать членов творческих союзов, и наша выпускница возглавила дизайн в Доме Фаберже в Лондоне! Я тоже мечтаю со временем оказаться в этом ряду.

Даша Нестерова, 1 курс:

Ювелирное ремесло — работа долгая и кропотливая, поэтому ювелир должен быть усидчивым, терпеливым, аккуратным. Ювелир обязан владеть навыками работы с компьютерными программами, так как без этого невозможно управлять процессом производства. Современный специалист должен быть готовым к постоянному профессиональному обучению, так как сейчас появляются новые технологии и оборудование, которые требуют необходимых знаний для работы. Кроме того, специалист ювелирного дела — коммуникабельный человек,

потому что общение с заказчиками — неотъемлемая часть его работы.

И наконец, настоящий специалист своего дела обязан любить свою профессию, иначе без этого его работа будет бессмысленной. Вот таким, я думаю, должен быть специалист в области ювелирного дела.

Анна Шиляева, 6 курс:

Я думаю, предприятие, сделавшее ставку на искусство, в современном мире может успешно развиваться — в обществе есть спрос на нестандартные, уникальные, «теплые» ювелирные изделия. Предприятия, в которых дизайнерам-ювелирам предоставлена свобода мысли, идеи и формы ювелирного украшения, уже существуют. Другими словами, они придумывают свои авторские коллекции.

Как самоопределяется современный ювелир? Каждый художник-ювелир должен иметь свой стиль и, конечно, творчески реализовываться, участвуя в выставках и открывая свое производство.

Рита Хохлова, 1 курс:

Может ли предприятие, сделав ставку на искусство, успешно развиваться? Я считаю, современная ситуация такова, что чисто на искусстве, то есть создании уникальных и неповторимых украшений, предприятию будет сложно развиваться. Необходим дополнительный выпуск массового продукта — бижутерии. При изготовлении изделий только на заказ предприятие не сможет окупать себя. Потому что современные материалы и оборудование достаточно дороги. Помимо этого, изготовление изделий под индивидуальный заказ требует больше времени. Но это совсем не значит, что у современного предприятия не должно быть своей определенной стилистики. Ведь в современном рынке отличие от других — залог успеха.

Как самоопределяется современный ювелир? Для современного ювелира нет абсолютно никаких ограничений. Для создания своих произведений он может использовать любые материалы: пластик, недрагоценные металлы, поделочные камни, шерсть, стекло, дерево и тому подобное. На какие только хватит фантазии. Хотя драгоценные металлы и камни тоже не потеряли своей значимости. Но сейчас главное в дизайне идея, смысловое содержание украшения, то, насколько точно оно отражает внутренний мир человека. Нет ограничений и в каком-либо конкретном стиле. Современный ювелир может спокойно оперировать различными историческими стилями: использовать один конкретный или совершенно невероятным образом смешивать сразу несколько стилей, даже кардинально различающихся.

Помимо этого, в распоряжении современного ювелира не только существуют традиционные технологии, но и постоянно возникают все новые и новые.

Евгений Естехин, Школа Шароновых. Кольцо-подвес

Юлия Никонова, Школа Шароновых. Серия украшений «У детства есть крылья»

Анна Шиляева:

Какое место в современном мире занимает ювелирное искусство, востребовано ли оно?

Я думаю, интерес к ювелирному искусству в современном мире достаточно велик. Человек хочет себя украшать, украшения, как и прежде, являются показателем благополучия и роскоши. Приобрели большое значение уникальность, индивидуальность и эксклюзив. Стали очень модны украшения, характеризующие человека, который его носит, выполненные в единственном экземпляре на заказ. Я считаю, ювелирное искусство востребовано в современном мире не только в качестве функциональных, носибельных украшений, но и в качестве выставочных, концептуальных ювелирных коллекций, цель которых донести до зрителя заложенные автором глубокий смысл и идею.

Даша Нестерова:

Может ли предприятие, сделав ставку на искусство, успешно развиваться? Прежде чем говорить о концепции работы предприятия, необходимо оценить особенности развития современного общества. Как известно, общество динамически развивается, и постоянно появляются новые тенденции развития во всех сферах его жизни, в том числе и в духовной. Искусство — это одна из главных частей духовной сферы. Если наблюдать за современными тенденциями развития, то можно сделать следующий вывод: происходит коммерциализация искусства: авторы ожидают от своих произведений коммерческой выгоды. Сфера чистого искусства все более отдаляется от массового восприятия, становится недоступной простому человеку своей сложной эстетикой. Поэтому если предприятие будет делать ставку исключительно на искусство, то есть искусство ради искусства, то в ближайшее время оно станет нерентабельным, а это противоречит политике предпринимательства. Главная задача предпринимателя — это обеспечение рентабельного производства с целью получения максимальной прибыли при минимальных издержках. И прежде чем запускать продукцию в производство, он должен изучить особенности рынка. Предприниматель обязан знать о поведении потребителей, о том, какие товары пользуются спросом, а какие нет, то есть предприниматель в какой-то степени становится зависимым от потребителей. Для этого необходимо проводить маркетинговые исследования, которые позволят узнать и оценить современные тенденции развития и спрос. К сожалению, из-за вытеснения элитарной культуры массовой ставка на искусство не обеспечит успешное развития предприятия, потому что, как уже было сказано, большинство простых людей тяжело воспринимает эстетику произведений искусства, а многие ее просто не понимает.

Рынок, бизнес и культура заинтересованы в специалисте, который имеет высококвалифицированное профессиональное образование, способен оценить ситуацию на потребительском рынке и умеет проводить маркетинговые исследования с целью выявления новых тенденций. Специалист должен быть грамотным в экономической сфере, так как управление производством — это одна из важных частей его работы. А кроме того, специалист в ювелирном деле — это дизайнер, который, сохраняя традиции одного из самых древних видов декоративно-прикладного искусства, привносит в него новые идеи, новые образы, новые формы. Специалист должен обладать навыками информационно-коммуникационных технологий, потому что сейчас на производстве, к примеру, обязательное требование для поступающих на работу — это владение программами 3D-моделирования. Личные качества специалиста тоже играют немаловажную роль: креативность, коммуникабельность, способность к динамическому

Елена Гребенщикова, Школа Шароновых. Коллекция «Тайные коды кристаллов льда»

Мария Ноур, Школа Шароновых. Диадема

развитию и самосовершенствованию — это тоже важные составляющие хорошего специалиста.

Как самоопределяется современный ювелир? У современного ювелира богатый выбор для самореализации. Он может работать на производстве, непосредственно изготавливая ювелирные изделия. Он может быть ювелирным дизайнером, разрабатывать проекты и осуществлять авторский контроль на производстве. Ювелир может заниматься также предпринимательской деятельностью: открыть свое предприятие, фирму, ремесленную мастерскую. Он может заниматься мерчандайзингом и презентацией ювелирных изделий. Не исключается также возможность занятием педагогической и исследовательской деятельностью. Ювелир может, при наличии специального образования, работать оценщиком ювелирных изделий и быть специалистом по драгоценным камням.

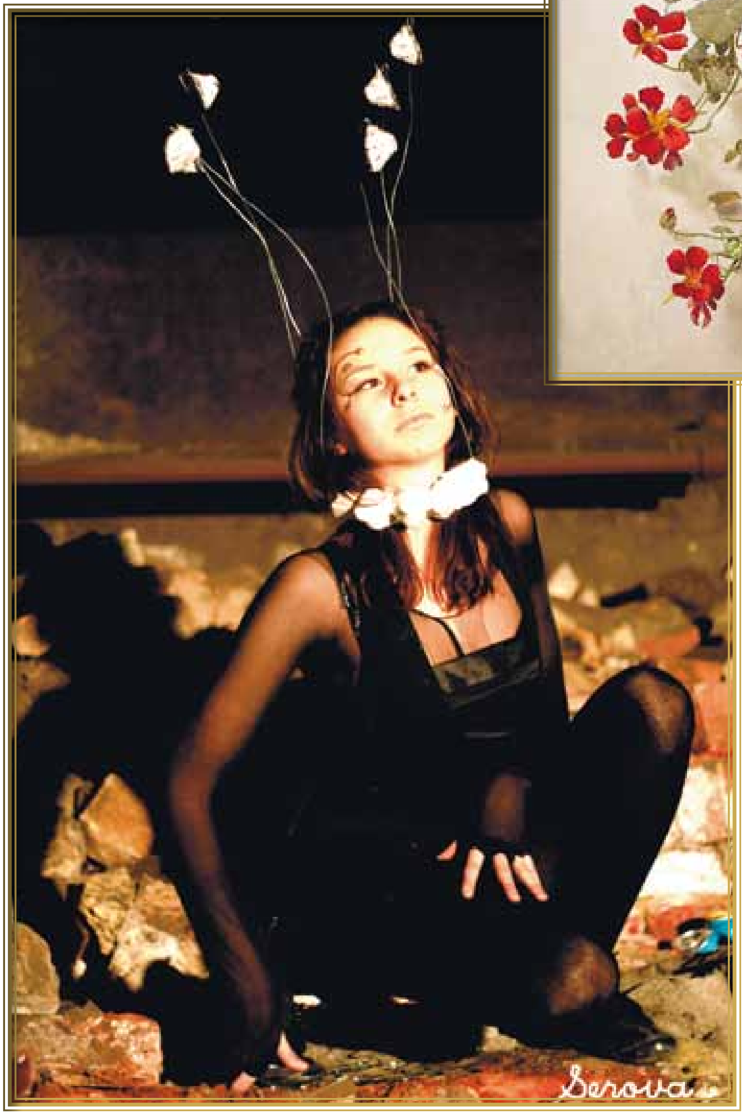
Что предполагает понятие ювелирный дизайн? Ювелирный дизайн — это творческая деятельность, целью которой является определение формальных и эстетических качеств ювелирных изделий. Эти качества включают как внешние, так и внутренние черты изделия, выявляя его функциональность и предназначение. Ювелирный дизайн, можно сказать, охватывает все аспекты окружающей среды человека, так как именно человек — главный субъект, на который направлено ювелирное производство. Ювелирный дизайн — это средство выражения эстетической культуры человека, его мироощущения и восприятия. Главное в ювелирном дизайне — это идея и смысл, которые вкладываются в то или иное ювелирное украшение. Ювелирный дизайн — это возможность объединения красоты, эстетики с функциональностью и утилитарностью. Это воплощение художественных образов и представлений о мире в создаваемые ювелирные изделия.

креативная студия
Модные Бриллианты
Украшения-наслаждения...
реклама. тел.: +7 (495) 640-4258
.G Jew line
G-Point

Ю. К. Агалюлина, С. А. Волковой,
Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна

Грани воображения

Большинство сотрудников вузов сейчас так или иначе сталкиваются с образовательными стандартами третьего поколения. Они внимательно изучают ФГОСы* ВПО** и ООП***, расставляют иксики и галочки в аннотационных и рабочих программах, старательно расписывают профессиональные и общекультурные компетенции по дисциплинам. Слово «компетенция» стало очень популярным в педагогических кругах в последнее время: «осознавать значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации», «уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки», «намечать пути и выбор средств самосовершенствования» — эти и другие компетенции должны формироваться при изучении дисциплин учебного плана. Поэтому всем, кому интересна эта тема, мы расскажем, где формируется, помимо физкультуры, компетенция № 3 «готовность к кооперации с коллегами, работа в коллективе».



Проект «Грани воображения», о котором пойдет речь, был реализован студентами с 1 по 3 курс различных специальностей Института прикладного искусства СПГУТД. В течение нескольких месяцев над проектом работали около 40 студентов. Их объединяла общая задача — создание коллекции аксессуаров по мотивам известных живописных полотен. Шляпы и зонты, шарфы и корзины, наплечники, накосники — чего только не было задействовано в этой коллекции. В поисках вдохновляющего сюжета участники проекта исследовали Русский музей и Эрмитаж, а в итоге со всей легкостью и «юношеским хулиганством» студенты стилизовали образы картин от малых голландцев до Пикассо.

На занятиях по художественным дисциплинам обычно практикуются учебные задания, которые требуют творческого подхода, смелости и фантазии. Такой подход необходим для постановки и развития художественно-образного мышления. В процессе выполнения задания студенты работают с формальной композицией, цветоведением, гармонизацией, охватывая большой спектр задач. Признанный авторитет в данной области проф. Г. И. Панксенов подчеркивает, что главным препятствием на первоначальных стадиях обучения творческим дисциплинам является шаблонность мышления ученика[1]. Решая данную задачу и развивая абстрактное мышление, студенты-прикладники начальных курсов выполняют задания, не связанные с утилитарным или практическим применением, а работают только с формированием грамотной композиции в плоскости

Автор Мария Бакулина; фото: Татьяна Серова
А. Реноден, «Настурции» (ГЭ)

Автор Мария Кудинова;
фото: Ярослав Филипповский
Леон Жозеф Флорантен Бонна, «Итальянка» (ГЭ)

Авторы: Диана Исамудинова, Кристина Киселева;
фото: Татьяна Серова
Михр Али, «Портрет Фатх Али Шаха» (ГЭ)

Автор Евгения Голубева; фото: Карина Кольченко
Шарль Герен, «Дама с розой» (ГЭ)

Авторы: Асия Шайхаттарова, Анастасия Рудакова; фото: Карина Кольченко
Тони Минарц, «Выход из Мулен-Руж» (ГЭ)

Автор Дарья Волкова; фото: Хелена Уршула-Кузьма
Мельхиор де Хондекутер, «Птицы в парке» (ГЭ)

Автор Валерия Лупачева; фото: Ярослав Филипповский
Ив Аликс, «Сцена в суде» (ГЭ)

Автор Алина Шамшина; фото: Карина Кольченко Давид Тенирс Младший, «Пастушок» (ГЭ)

или объеме, что и составляло содержание проекта «Грани воображения».

Задание формулировалось следующим образом: необходимо было создать оригинальную объемно-пространственную композицию — аксессуар по мотивам шедевров мировой живописи, используя единый модульный ряд в монохромной гамме, при этом верно выдержать соотношения пропорций объекта, пространства и человека. В качестве модуля были выбраны коробки для яиц, которые отвечают основным требованиям: они доступны, легко поддаются обработке и, как показалось на первый взгляд, все одинаковы.

Своими впечатлениями о проведенном мероприятии делится участница проекта, студентка 2 курса Алина Шамшина:

«Получив задание, мы начали свою работу с изучения живописи Эрмитажа, как в его залах, так и через Интернет. Гуляя по музею, просматривая постоянные экспозиции и временные выставки, требовалось решить серьезную задачу выбора полотна в качестве аналога. В работе мы не должны были копировать произведение, а только лишь передать настроение или оттолкнуться от какой-либо детали, но все же стремились сделать образ узнаваемым. Аналогом для моих изделий послужила пастораль фламандского живописца XVII века Давида Тенирса Младшего «Пастушок». Форма венка главного персонажа была интерпретирована мной через материал — пряжку для ремня и крупные серьги. Изделия получились не сразу, несколько месяцев упорной работы ушло на формирование образа и изготовление аксессуара. Мне необходимо было придать изделиям достаточную жесткость, так как модули, из которых состояла форма, соединялись тонкими перемычками. Для этого форма пропитывалась клеем и покрывалась краской. Было очень важно в процессе работы над техническими тонкостями сохранить первоначальную идею украшения.

За плечами множество занятий, встреч и репетиций. Но вот приближается показ! Кто-то повторяет речь, кто-то надевает аксессуар, репетирует. Во время выступления мало кто смог догадаться, из чего созданы изделия, но восторг от догадывания захватывал не только студентов, но и зрителей. Сложно сказать, кому больше понравился показ — зрителям или студентам, но мы с большим удовольствием демонстрировали свой проект на многих выставочных площадках города. Более детально зритель мог рассмотреть образ и аналог на фотовыставке наших работ, которой была отведена немалая часть проекта. В процессе работы нам удалось не только расширить свой кругозор, но и приобщиться к активной выставочной деятельности».

Одним из значимых событий стала демонстрация проекта в стенах Молодежного образовательного центра Государственного Эрмитажа при поддержке Софии Владимировны Кудрявцевой и Анны Христич. Кроме того, «Грани воображения» стали лауреатом конкурса студенческого творчества и досуга «Взлетная полоса», фестиваля студенческого творчества Центрального района Санкт-Петербурга, демонстрировались в Доме офицеров, в Центральном выставочном зале «Манеж» и, конечно же, в стенах Университета технологии и дизайна.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Панксенов Г. И. Живопись. Форма, цвет, изображение. М.: Академия, 2008. 144 с.

ПРИМЕЧАНИЯ

*ФГОС — федеральный государственный образовательный стандарт.

**ВПО — высшее профессиональное образование.

***ООП — основная образовательная программа.

Участники проекта «Грани воображения»

Наталия Николаевна Сапфирова,
исследователь, Киев

Украина ювелирная времен независимости

СИТУАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Тарас Анатольевич Шалашный: колье «Похищение Европы»

Украина по территории является одним из самых больших государств Европы. Расположенная между Европой и Азией, граничащая с семью европейскими государствами, она, безусловно, впитала в себя культуру, язык и традиции сопредельных земель. И потому потребительские предпочтения жителей разных регионов Украины в выборе ювелирных изделий имеют свои особенности и по некоторым позициям существенно различаются.
На примере краткого обзора недавней нашей истории проследим за формированием вкусов и предпочтений жителей Украины…

Довольно длительный период изделия из золота, массовое производство которых было налажено в стране, относились к категории предметов роскоши, и их приобретение, как правило, было приурочено к значимому событию в жизни человека. Уровень благосостояния оценивался по количеству и весу золотых украшений владельца драгоценностей. В большинстве случаев набор был традиционен: у женщин — широкое обручальное кольцо, довольно массивный перстень и серьги с синтетическими камнями, серьги-кольца, тонкая цепочка с небольшим кулоном; мужчине из украшений полагалось неширокое обручальное кольцо, а наличие перстня-печатки считалось признаком достатка. Конечно, это приблизительный набор, у многих не было даже этого. Но были и женщины, носившие бриллианты, золотые часы, массивные золотые браслеты. О таких «излишествах», как запонки, зажимы для галстуков, тоже можно говорить как об исключениях из общего правила. Украшения, как правило, дарились на знаменательные даты и события в жизни человека: свадьба, рождение ребенка, день рождения, юбилей. Иногда золотые украшения передавались по наследству. Довольно распространенной была ситуация, когда из широкого обручального кольца делали два — детям на свадьбу. На сегодняшний день мода на широкие обручальные кольца прошла, покупают тонкие или не очень широкие кольца, для невест стали покупать обручальные кольца с небольшим количеством бриллиантов. Сложно говорить о формировании вкуса при наличии лишь украшений, годами выпускавшихся строго по установившемуся образцу. Во времена Советского Союза, как правило, цвет золота имел красноватый оттенок, и понадобилось некоторое время, чтобы потребитель смог ознакомиться с другими цветами этого драгоценного металла — белым, желтым, розовым, зеленым, черным... Традиционно жители Украины в общей массе отдают предпочтение красному, гораздо меньше — желтому и белому.

В переломный как в экономическом, так и в политическом смысле период для нашей страны люди покупали изделия на вес, и со временем с прилавков исчезло все золото. Потом был период затишья и раздумий — что делать дальше? С середины 1990-х годов потихоньку начал формироваться ювелирный рынок современной Украины. Открывались мастерские, небольшие фирмы, создававшие изделия на основе прежних образцов, появилось много украшений с прозрачными цирконами и фианитами. Наверное, это явление возникло для удовлетворения вкуса и желаний покупателей, большинству которых покупка украшений с бриллиантами в советскую эпоху была не по карману. Почти не было изделий с цветными камнями. Очень редко можно было встретить изделие с цветным топазом, сапфиром или рубином. Это же время дало свободу творческого выражения художникам и мастерам-ювелирам. Помимо постепенного насыщения рынка типовыми изделиями, массивными цепями и браслетами начали появляться единичные украшения нового и непривычного для глаза покупателя дизайна. В свою очередь, у покупателя появилось желание иметь украшение, которое подчеркнет его индивидуальность. Это желание покупателя и возможность воплощения идеи заказчика мастером-ювелиром заложило основы для формирования и развития ювелирного рынка Украины. Вплоть до 2008 года рынок развивался довольно стремительно. Появились крупные ювелирные предприятия, частные творческие мастерские, которые объединяли художников, дизайнеров, мастеров-ювелиров, камнерезов, косторезов, граверов и других мастеров ювелирного искусства. В результате поисков были созданы новые направления в ювелирном искусстве: «ювелирная живопись» Т. Шалашного, «романтический авангард» И. Карповой. Украинские фирмы и мастера принимали участие в зарубежных выставках, происходил обмен опытом. Свободный выезд за рубеж, появление специализированных печатных изданий, глобальная сеть Интернет дали возможность получать информацию о состоянии ювелирного рынка разных стран, изучать мировые образцы ювелирного искусства. Это все сказалось на дизайне ювелирных украшений украинского производителя. Но немаловажным фактором, определяющим дизайн изделий, является несовпадение в понятиях красоты и стиля в различных регионах станы.

Ирина Карпова: кольцо «Фонтан грез»

Условно говоря, Украину можно поделить на центральную часть (Киев, Днепропетровск, Запорожье, Харьков, Донецк), южную часть, включающую в себя Одессу и Крым (Симферополь, Ялта, Севастополь, Феодосия), и западную — это Львов, Тернополь, Черновцы, Ивано-Франковск.

Главным городом центрального региона является Киев — центр сосредоточения многих производственных предприятий, творческих мастерских, а также салонов и магазинов по продаже ювелирных изделий. Но несмотря на это, киевляне носят довольно небольшое количество украшений. Если еще лет 15 назад из драгоценных металлов признавали только золото, то сейчас стали покупать серебро, бижутерию. Это говорит не только о наличии финансов, но и том, что люди учатся выбирать, не только следуют тенденциям моды, но и формируют свой вкус. Появилась определенная категория людей, стремящихся сделать акцент на ярко выраженной индивидуальности.

Пожалуй, фразу «Хорошо там, где нас нет» можно применить и к ювелирной отрасли. Например, серебряные изделия Харьковского завода ценятся среди покупателей Киева. И наоборот, харьковчане предпочитают серебро Киевского ювелирного завода. Что касается Днепропетровска и Запорожья — крупных

промышленных городов, то там наблюдается стремление подчеркнуть свою привлекательность большим количеством украшений с яркими камнями. И эта тенденция усиливается по направлению к югу страны. Жители южных городов любят бриллианты, предпочитают украшения, дизайн которых ассоциируется с роскошью в Украине — большое количество золотых изделий с крупными камнями ярких цветов. По словам заместителя директора Одесской академии ювелирного искусства Казимира Леонидовича Зеленкова, «раньше женщины в Одессе не снимали с себя золотые украшения двадцать четыре часа в сутки, в отличие от женщин прибалтийских стран, надевающих дорогие украшения только на вечерние светские мероприятия». Сейчас изменились дизайн, мода, но желание украсить себя ярким, интересным украшением осталось. В Одессе — свои традиции ювелирного искусства, которые поддерживаются рядом ювелирных фирм, например «Золоті терези», «Золотий лелека».

В Закарпатье, в приграничной зоне с Румынией и Венгрией, тоже любят обилие золотых украшений, и детей к украшениям приучают с раннего детства. Там проживают этнические группы венгров, румын, цыган. Почти всем рождающимся девочкам в возрасте до месяца прокалывают уши. Но что касается Львова и некоторых других городов этого региона, то тут уже сказывается влияние европейских стран, в частности Польши, для которой характерны украшения, не перегруженные декором. Следует отметить, что несколько подчеркнутый аскетизм, исключающий роскошь, и минимализм в ювелирных украшениях, свойственные странам Европы, особенно северным, в Украине не получили большого распространения в силу ее национальных и культурных отличий. Минимализм и простые лаконичные формы не свойственны нашему соотечественнику. Есть некоторые примеры, но их очень мало, чтобы они могли повлиять на массовое сознание.

Массовый рынок включает в себя несколько крупных предприятий, таких как заводы в Киеве, Харькове, Одессе, Львове. Лидером на рынке является самый крупный из них — Киевский ювелирный завод. В прошлом году заводу исполнилось 75 лет, он имеет собственную сеть, состоящую из семидесяти магазинов. Доля продукции завода составляет 20% от общей массы рынка ювелирных изделий Украины. Ассортимент состоит из золота, серебра, бриллиантовой группы изделий, посуды, церковной утвари и рассчитан на покупателей с разной платежеспособностью. Харьковский ювелирный завод, датой основания которого является 1929 год, специализируется на изделиях из серебра. Одесский ювелирный завод начинает свою историю с двадцатых годов прошлого века и производит украшения из золота. Львовский государственный ювелирный завод помимо золота и серебра использует в работе и недрагоценные металлы — нейзильбер, сплавы меди. Это основные предприятия, со своей историей. Многие предприниматели, в последующем открывшие свои предприятия, и мастера ювелирного дела вышли из стен этих заводов.

К сегменту массовых изделий ювелирного рынка относятся и торговые сети. Например, сеть «Ювелирная карта» имеет 30 магазинов. Укрзолото продает ювелирные украшения в пятнадцати городах Украины.

В Украине большое количество предприятий, специализирующихся на производстве ювелирных

Ювелирный завод «Агат»: набор «Золотая лоза»

Киевский ювелирный завод: обручальное кольцо из золота с сапфирами, рубинами и бриллиантами; кольцо из коллекции «Византия»

украшений. Большинство из них начинает свою историю с 1990-х годов. Например, завод «Агат» (Ровеньки) на данный момент является одним из ведущих предприятий Украины по изделиям из серебра. Предприятие выпускает золотые и серебряные украшения, посуду из серебра и группу представительских подарков, а кроме того, специализируется на православной тематике. Продукция завода известна в России. Упоминая о культовой тематике, хотелось бы отметить, что эта группа товаров пользуется хорошим спросом в Украине.

Часто обстоятельства жизни человека заставляют искать истину и обращаться за помощью к Богу. Связующим звеном и помощниками в этом являются предметы культового назначения. В Украине сейчас наблюдается возврат к религии и религиозным обрядам, что нашло отражение в жизни людей в обрядах крещения, венчания и повлияло на спрос и предложение предметов культового назначения. На рынке Украины представлено большое количество нательных крестов, ладанок, венчальных колец. В своей массе — это изделия из золота и серебра, технология изготовления которых не очень сложна. Их дизайн и цена удовлетворяют вкус покупателя. Культовые изделия, которые можно отнести к произведениям искусства, создаются в творческих мастерских и отдельными мастерами. Ювелирный завод «Агат» (Ровеньки) предоставляет очень широкий выбор изделий из серебра. В том числе и серебро для священнослужителей: кресты, панагии, цепи для священников, накладки на митру, мощевики, потиры, церковную утварь. Церковную утварь производит и Киевский ювелирный завод.

Такая разновидность ювелирных изделий, как детские украшения из драгоценных металлов, и мода на них пришла к нам сравнительно недавно. Но сказать, что эти изделия активно покупаются, нельзя. Производители и продавцы не спешат расширять эту группу товаров, потому что изделия стоят недешево и не все родители могут позволить купить своему чаду кольцо, браслет или кулон из золота (исключение составляют серьги). Да и в сознании родителей украшения для детей несколько несовместимы с повседневной жизнью. Желание украсить и сделать подарок ребенку есть. Но зачастую выбор: покупать или нет — определяют прагматичность и безопасность. Дети довольно активны, могут потерять, да и не очень безопасно сейчас отпускать ребенка на улицу в украшениях. В детских магазинах продается достаточное количество недорогих украшений из пластика и других материалов, которые дарят детям. Что же касается золотых и серебряных детских украшений, то покупают серьги для девочек, крестильные крестики, небольшие цепочки. Дорогую группу товаров этой категории иностранного производства предлагают ювелирные салоны. Но покупатели этой группы изделий — люди, имеющие средства. Представляет интерес для родителей, бабушек, дедушек и крестных родителей серебряная детская посуда. Известное антисептическое свойство серебра лежит в основе этих покупок. Серебряная посуда, и не только для детей, в широком ассортименте представлена на рынке Украины.

«Талион золото»: сувенир New York`s Bull

Ювелирная мастерская «Евлогия»: фрагмент трости

В Украине существуют творческие ювелирные мастерские, ателье, а также мастера, которые помимо создания украшений занимаются разработкой дизайна и изготовлением предметов интерьера, аксессуаров из драгоценных металлов, ценных пород дерева, бивня мамонта, ювелирных, поделочных камней и других материалов. Компания «Талион золото» (Киев), которая в 2004 году объединила талантливых дизайнеров, художников-ювелиров и камнерезов во главе с Андреем Ласкавым, в короткие сроки стала одной из лидирующих в области подарков и украшений класса люкс. Отдельное место в творчестве компании занимают разработка и изготовление дорогих наград, знаков отличия, корпоративных подарков и призов. Некоторые из мастеров и владельцев мастерских стараются привнести в нашу жизнь

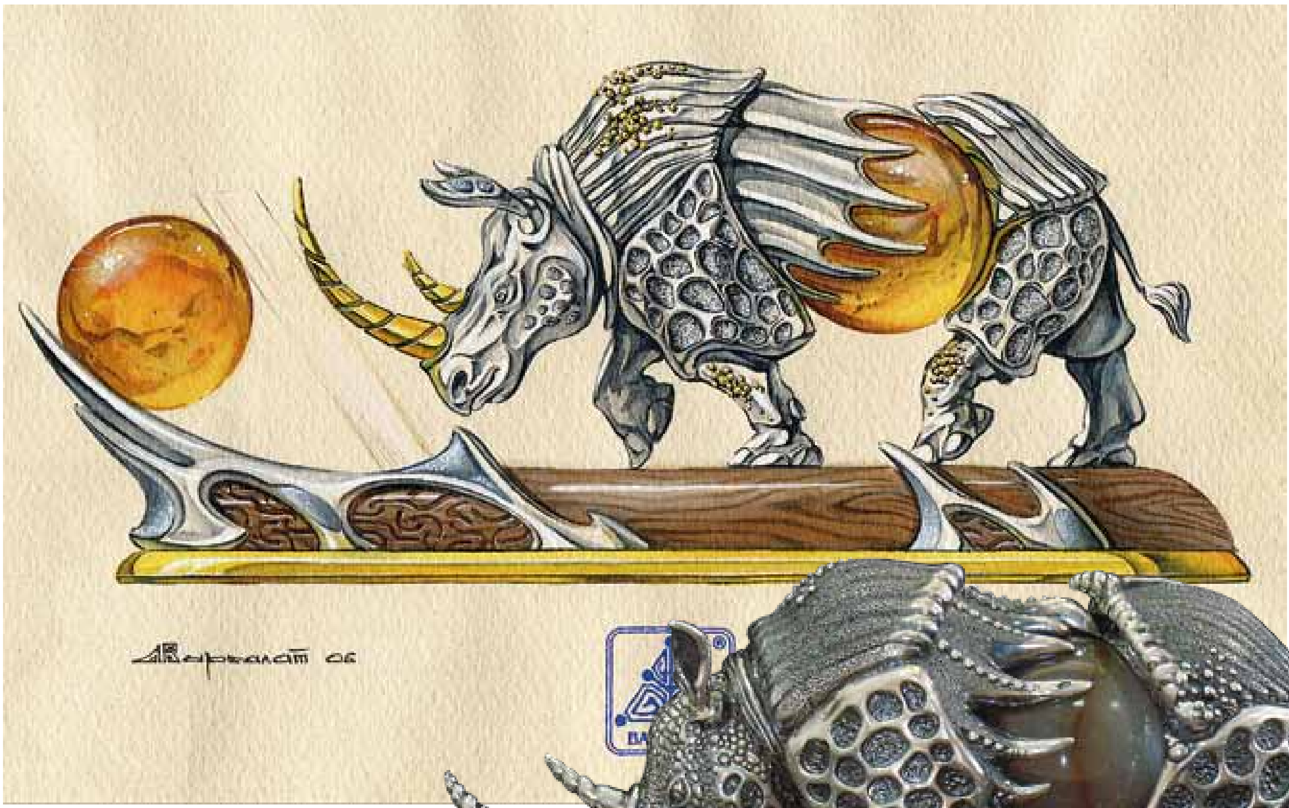
немного эстетики. Например, директор ювелирной мастерской «Евлогия» Юрий Оровецкий (Киев) помимо обеспечения своей клиентуры ювелирными украшениями хочет вернуть былые позиции такому редкому аксессуару, как трость. Коллектив творческой мастерской «Декор-ателье АЗЪ» (Николаев) наряду с предметами интерьера создает курительные приборы — изысканный и утонченный аксессуар, довольно редко используемый в наши дни. Косторез Иосиф Эпштейн (Киев), ученик Давида Фрида, создает удивительные по эмоциональной наполненности и совершенные по технике исполнения произведения из бивня мамонта. Элементы декора одежды, выполненные Александром Емельяновым (Киев) из бивня мамонта были представлены в Киеве на фестивале Alta-Moda при участии Пьера Кардена, всемирно известного модельера. Отдельно хочется отметить Михаила Чебурахина (Киев) — мастера, являющегося автором и создателем печати президента Украины. В его многочисленных работах уникальным образом сочетаются профессиональные знания архитектуры, живописи, ювелирных техник, реставрационных работ, а также искусства, истории и делового этикета. Киевские мастера Art Studio во главе с Александром Сорокиным освоили изготовление серебряных окладов икон, используя при этом сложную технику эмали. Камнерезный рынок Украины представлен пока небольшим числом мастеров. Среди них отметим камнерезов Александра Мирошникова и Виктора Чубюка, мастеров глиптики Святослава Никитенко, Олега Галатина. По словам камнереза Виктора Чубюка (Винница), «на данный момент особых перспектив у камнерезного рынка Украины нет». Есть несколько сильных мастеров, работающих на рынке. Спрос очень невелик, в Украине камнерезное искусство не относится к разряду традиционных. Покупают в основном люди, связанные с геологией, и те, кто может оценить красоту камня. Справедливости ради отметим, что выдающиеся камнерезы родом из Украины: Александр Шиманский (1965—2009) и Сергей Шиманский успешно проявили себя в России. Василий Васильевич Коноваленко (1929—1989) — художник и камнерез с мировым именем, родом из Донецкой области. После окончания Донецкого архитектурно-художественного училища работал театральным художником в Ленинграде, возродил технологию исполнения камнерезных фигурок. Стремясь к свободному творчеству, эмигрировал из страны.

Ювелирный завод «Агат»: настольный сувенир «Герб Украины»

Работы этих и других мастеров находятся в частных коллекциях различных стран мира, идут на подарки первым лицам государств, видным деятелям различных отраслей.

Говоря о мастерах, нельзя обойти вниманием такое явление, как авторское ювелирное искусство. Это отдельное направление, берущее начало в 50-х годах XX века и возникшее на территории СССР в силу различных обстоятельств. Художники-ювелиры, которых можно отнести к его представителям, имеют разностороннее образование, широкий спектр творческого самовыражения, в основе которого лежат талант, разнообразные углубленные знания видов искусства

Декор-ателье АЗЪ: Предмет интерьера «Паровой дирижабль»



Автор проекта (художник) Александра Барбалат, мастер Макс Столяр: визитница «Носорог»

и различных технических приемов. В отличие от своих западных коллег наши ювелиры были поставлены в определенные рамки: нельзя было использовать в работе золото и драгоценные камни, единицы имели разрешение работать с серебром. Изделия делали из никелевых сплавов — мельхиора, довольно сложного в обработке металла, имея довольно ограниченный выбор инструментов. Это отразилось на произведениях мастеров, заставляло их воплощать свои идеи, используя подчас нестандартные решения и материалы. Работы этих мастеров отличает то, что в основе каждого произведения лежит определенная идея, поэтому осмысление и восприятие этих произведений скорее представляет интерес для людей, которые обладают профессиональными знаниями в области искусства — искусствоведов, художников, чем для массового потребителя рынка ювелирных украшений. В. Ф. Хоменко, А. А. Михальянц, Л. И. Косыгин, В. А. Баглей, Г. В. Цыкура, В. И. Балыбердин, К. Г. Кравчук, Ш. И. Пержан, С. Г. Аленгоз — конечно, это далеко не полный перечень художников-ювелиров, которые работают сейчас в направлении авторского ювелирного искусства. Это явление претерпело существенные изменения в связи с возможностью использовать ранее недоступные материалы, инструменты и технологии. Некоторые работы авторов этого направления находятся в коллекциях музеев и у частных владельцев. Из молодых талантливых мастеров, которые делают работы, закладывая в них свое философское мировоззрение, стоит отметить Александру Барбалат (Киев), у которой имеется хорошая профессиональная художественная подготовка, и Илью Максимова (Севастополь), в украшениях которого отражается красота природы Крыма.

В рамках статьи сложно уместить весь перечень ювелирных предприятий, мастерских, ателье, а также рассказать обо всех талантливых мастерах Украины. Ювелирная отрасль Украины переживает не лучшие времена, но и не самые худшие. Сколько раз по крупицам собранные, бережно хранимые и переданные от учителя к ученику секреты мастерства возрождали ювелирное дело и способствовали его развитию. Глядя же на сегодняшний потенциал нашей страны, можно прогнозировать нормальное развитие отрасли при общем поднятии уровня экономики и появление новых ярких представителей красивой профессии ювелира.

Инга Орлова, тренер Международного Бизнес-центра «6 карат»

Сказка ложь, да в ней намек,
или метод сторителлинга (storytelling) в помощь руководителю

«В некотором царстве, в некотором государстве жили-были…» Так начинается огромное количество детских сказок. Сколько сотен лет человечество рассказывает детям сказки? Перед сном, когда ребенок набегался и наигрался, он с удовольствием послушает интересную историю. Какую же функцию с точки зрения развития человечества несет в себе сказка?

6 карат
международный бизнес•центр

Этих функций можно назвать несколько: развлекательная, развивающая, но главная — воспитательная. Именно сказки формируют для ребенка такие сложные системы координат, как «хорошо-плохо», «добро-зло». В сказках обязательно существует некая одобряемая и неприемлемая в данном обществе модель поведения, некий жизненный урок, который вынес для себя главный герой повествования.

На самом деле мы говорим о таких сложных вещах, как жизненные ценности, и о такой простой форме их трансляции, как сказка. Испокон веков народная мудрость передавалась через легенды, сказания, былины, мифы и т. д. Попробуйте объяснить ребенку с научной точки зрения теорию создания мира. Он явно не поймет тех вещей, которые вы попытаетесь до него донести, сказки же с легкостью справляются с этой задачей. У каждого народа есть легенда, которая объясняет, откуда появилось человечество. Порой эти теории гораздо сложней для понимания, чем ныне существующие[1]. Мало того, детям интересны эти истории, они просят рассказать им сказку и очень часто просят повторить вновь и вновь уже известную.

Это происходит каждый день у нас на глазах — такая простая и действенная форма коммуникации. Неужели нельзя ее как-нибудь перенести в бизнес? Можно, и это уже сделали западные консультанты, а именно Дэвид Армстронг, предложив метод, который называется storytelling — сторителлинг, что в переводе дословно означает рассказывание историй. Он обратил внимание, что информация, преподнесенная в интересной истории, воспринимается персоналом гораздо успешнее, чем директивы и приказы. Еще одним доказательством эффективности этого метода служит то, что наравне с учебной и научной литературой по менеджменту одними из самых читаемых книг в бизнесе являются истории успеха известных людей. Руководители извлекают из этих книг чужой опыт; это живые истории, в которых написано не только, как нужно делать, но и описаны промахи и падения величайших бизнесменов. Конечно же, у каждого свой путь, и порой тот опыт, который описан в подобных книгах, идет вразрез с теория-

ми управления, нынешней ситуацией на рынке, но интереса, а порой и доверия к ним иногда больше, чем к сухим учебникам, написанным теоретиками. Голые факты и сухие цифры скучны и с трудом воспринимаются сотрудниками, а вот все то же самое, но описанное в истории с сюжетом, вызывает интерес.

Итак, в чем суть метода и когда его можно применять?

Вы наверняка уже используете этот метод в своей практике. Что может быть легче, чем рассказать историю сотрудникам? Но порой не хватает времени или проще отчитать сотрудника за провинность. Мы просто до конца не осознаем, какой колоссальный эффект таит в себе эта технология.

Давайте вернемся к основной функции сказки, и мы поймем, зачем нужен сторителлинг. В ситуации, когда нужно воспитать сотрудника, т. е. сделать так, чтобы он не только знал, но и принял, т. е. работал в соответствии с ценностями компании, сторителлинг незаменим. А также он необходим, когда мы говорим о таких сложноосязаемых материях, как ценности, корпоративная культура, когда мы хотим поменять поведение сотрудника через осознание и принятие, а не через принуждение и устрашение системой депремирования.

На примере историй мы можем передать сотрудникам информацию о том, какое поведение одобряемо и какое неприемлемо в нашей компании.

«Это произошло 2 года назад с нашим менеджером по продажам Мариной. Она очень долго не могла заключить договор с одним очень перспективным клиентом, практически монополистом в своем регионе. За период, пока Марина пыталась вести переговоры по телефону, она установила хорошие отношения с личным помощником генерального директора. И в очередной раз, когда Марина общалась с помощницей, та поделилась информацией, что у директора скоро день рождения. Наша Марина сразу восприняла эту информацию как свой шанс — узнала у помощницы, какие интересы и увлечения у ее начальника. Оказалось, что тот за городом держит питомник спаниелей, за которым следит его супруга. В итоге, купив щенка спаниеля от титулованных родителей, она отправилась на переговоры, заранее согласовав встречу через личного помощника. Марина вернулась из командировки с подписанным договором. Никто ей не верил, поскольку с этим клиентом пробовали начинать работать все менеджеры компании и ни у кого ничего не получалось, поскольку они быстро опускали руки, после второго-третьего отказа. В работе с клиентами важно подбирать к каждому свой ключик. Нужно проявлять инициативу и не бояться допустить ошибку, ведь не ошибается только тот, кто ничего не делает».

«Совсем недавно, перед праздниками, к нам обратился клиент с большим по объему заказом. В связи с сезонностью, чтобы предотвратить сбои и планировать загрузку производственных мощностей, мы формируем очередь клиентов и вводим все в общую систему. Данный заказ принимал сотрудник, который проработал в компании полгода и знает все процедуры. Сергея предупредили о важности вносить информацию о заказе в общую базу. Так как звонок от клиента поступил в 17.55, Сергей уже выключил компьютер и записал информацию в свой ежедневник. На следующий день он забыл ввести этот заказ в базу, а через день, когда ввел информацию, оказалось, что при существующей загрузке производства клиент получит заказ только после праздников. Он никому не сообщил о том, что срывает клиенту поставку, пустил все на самотек. Когда ситуация обнаружилась, клиент был в панике: в самый «хлебный» период он остался без товара. Ситуацию пришлось доводить до генерального директора и решать на его уровне. Понадобилось потребовать от производственников невозможного, сдвигать и сокращать объемы поставок другим клиентам. Чтобы компенсировать неудобства, доставленные остальным клиентам, им вынуждены были дать дополнительные скидки. В итоге компания потеряла большие деньги и чуть не лишилась клиента. Несоблюдение, казалось бы, лишних и бюрократических процедур может привести к подобным последствиям. Внимательность и своевременность оформления документов так же важны, как и сам процесс общения с клиентом».

Сторителлинг помогает также морально поддержать и настроить на рабочий лад сотрудников во время спада или экономического кризиса.

СТРУКТУРА ИСТОРИИ:

ВВЕДЕНИЕ ▶ САМА ИСТОРИЯ ▶ РАЗВЯЗКА ▶ ВЫВОДЫ

фото: Inhorgenta ©

Введение. Основная задача этого этапа — подготовить человека к самой истории. Здесь мы также создаем контекст рассказа, для этого необходимо добавить красок (место событий, время года/суток, эмоции).

«Однажды у меня была интересная ситуация с клиентом. Было это 10 лет назад, я тогда только начинал работать в продажах и не знал всех тонкостей этой профессии. Я устроился работать в компанию…»

«Помню, был подобный случай в нашем магазине три года назад. Представь себе лето, жара 30 градусов, а у нас кондиционер сломался…»

«Со мной однажды тоже случилась такая же ситуация. Обычный рабочий день, пришел я с утра на работу невыспавшийся, на полчаса раньше, и тут ко мне залетает начальник с безумными глазами…»

Сама история. Факторами успеха истории являются ее краткость и легкость запоминания. Подумайте, легко ли потом сотруднику будет пересказать эту историю? В одной истории должна быть одна основная мысль, которую вы хотите донести, — как в анекдоте (короткая история с одним сюжетом, с небольшим числом участников и событий). Важно рассказывать истории неформально, как бы к слову пришлось, это не должно выглядеть как заранее заученный и подготовленный текст.

История про себя. Самые эффективные с точки зрения воздействия на сотрудников являются истории про ваше прошлое, про то, что случилось именно в вами, особенно если они показывают, что вы тоже когда-то ошибались. Руководители не любят рассказывать о своих неудачах, в нашей культуре не любят людей, допускающих ошибки, но разрыв между сотрудниками и руководителями как раз и заключается в том, что «вам там наверху хорошо, у вас там нет таких проблем… Вы не знаете, как нам тут тяжело». И когда в истории вы расскажете, как сами допускали такие же ошибки, сотрудники проникнутся сознанием, что вы их понимаете и делитесь своим опытом, который может служить для них моделью поведения.

История про сотрудника. Если вы все-таки не хотите рассказывать о своих промахах или у вас не было подобных ситуаций, то хорошим приемом служит история *«Был у нас сотрудник — Василий, проработал в компании…»*. И ставите Василия в ту ситуацию, в которую попали вы или в которую сейчас попал ваш сотрудник с положительным или отрицательным исходом событий: *«К сожалению, мы потеряли клиента и были вынуждены расстаться с Василием, несмотря на то что он был ценным сотрудником, он был не готов меняться в лучшую сторону. Нам было тяжело, но мы справились. Клиент для нас действительно на первом месте, мы это не просто декларируем, мы так живем в компании»*.

Истории про персоналии. Это истории про известных людей (бизнесменов, политиков, публичных деятелей, актеров и т. д.) или ныне работающих сотрудников вашей компании, которых все знают. *«…И вот в этой сложнейшей ситуации*

он поступил так-то и до сих пор работает в нашей компании, быть может, вы узнали в нем Андрея Петровича, нашего начальника отдела закупок».

Придуманная история. Искусственно созданная история всегда менее эффективна, чем история про вас самих. Если вы придумываете историю, то нужно заранее продумать контекст, добавить ярких красок, переживаний. В статус «придуманные истории» попадают также легенды, сюжеты фильмов, книг, анекдоты.

Развязка. Это переломный момент в истории. Например, было плохо, мы что-то сделали, и стало хорошо, или, наоборот, было хорошо, но мы за чем-то не уследили, и стало плохо. Истории без развязки неинтересны слушателям.

Выводы. Обязательно озвучьте выводы. Очень часто из одной истории можно сделать несколько выводов, поэтому вам нужно направить мысли сотрудников в нужное вам русло. Здесь главное удержаться и не перешагнуть тонкую грань между выводами и нравоучениями. Весь эффект истории можно испортить тем, что вместо кратких выводов вы перейдете на персоналии и напутствия: *«...Поэтому, Коля, не делай так больше никогда. Иначе мы и тебя будем вынуждены уволить. Запомни этот урок и не разочаровывай меня больше».*

Рассказывайте истории — они воспринимаются сотрудниками совершенно иначе, нежели штрафы или сухой формализованный бизнес-язык. Конечно же, это не панацея от всех управленческих бед, но это еще один инструмент, доказывающий свою эффективность тысячелетиями.

Каждый день в ваших компаниях происходят какие-то истории. Возьмите себе в привычку записывать самые интересные, а потом рассказывать какому-нибудь сотруднику при первой возможности. Истории вдохновляют и развивают персонал, а цена вопроса — только ваше желание использовать этот инструмент в своей ежедневной работе.

Примечания

[1]По мнению академика РАН В. Н. Топорова, представление древних славян о создании мира отражается в сказке «Курочка Ряба».

3 АПРЕЛЯ 2012 ГОДА СЕМИНАР ИНГИ ОРЛОВОЙ ПО ТЕМЕ

«РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ СТАНДАРТОВ РАБОТЫ СОТРУДНИКОВ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ»

Для руководства компании: повышение качества обслуживания (при необходимости разработка уникального стиля обслуживания клиентов — конкурентное преимущество); работа всех подразделений (филиалов) в едином стиле; формирование лояльности к компании в целом, а не к одному сотруднику; накопление и трансляция успешных алгоритмов работы: сохранение в компании положительного опыта; появление четких и понятных критериев для работы с персоналом (подбор, адаптация, обучение и оценка).

Для сотрудников: четкое понимание, какого поведения от него ожидают; понимание критериев оценки своей работы; возможность познакомиться с положительным опытом работы других сотрудников (описанным в стандартах); быстрая процедура адаптации. Возможность изучать материалы (стандарты) в свободное от работы время.

Цель семинара: разработка внутренних стандартов работы сотрудников, которые непосредственно работают с клиентами.

Задачи: познакомиться со стандартами обслуживания клиентов других компаний; обучить участников тренинга различным подходам к процессу разработки внутрикорпоративных стандартов; дать рекомендации по внедрению стандартов обслуживания клиентов.

К новым рекордам!

Новый 2012 год начался с новых рекордов на рынке нумизматики. Эта часть антикварного рынка становится во всем мире все более привлекательной. Все больше коллекционеров и инвесторов начинают обращать внимание на этот сегмент. На мой взгляд, это связанно с тем, что кроме интереса к самим монетам как к произведениям искусства, очень многие оценили преимущество хранения таких вещей (они компактны, мало подвержены влиянию внешней среды). Плюс огромное многообразие монет: разные типажи, разное качество — дает возможность собирать их людям абсолютно разных доходов. Каждый может найти свою интересную тему.

Лот 823. Римский ауреус 266 года с четырьмя портретами

Лот 3600. Тройная австрийская клипа 1626 года

Лот 6444. Польские 10 дукатов 1644 года с портретом Сигизмунда III

Но вернемся к рекордам и к событиям, ожидающим нас в марте 2012 года. 2 февраля в Берлине аукцион Kuenker установил целых два новых рекорда для Европы. Первый был довольно будничный и касался объемов торгов. За один день было продано монет и медалей на 10,4 миллиона евро. Очень часто меньшие результаты приносят недельные торги. Ну а главный рекорд — это 650 000 евро за одну монету. И если прежний рекорд относился к китайским монетам, то нынешний нам наиболее интересен, поскольку он касается России. Так называемые фамильные (семейные) полтора рубля 1835 года со старта 150 000 евро были проданы за 650 000 евро.

Мы очень много писали об уникальности подборки, которая была представлена на Берлинском аукционе. Радует то, что покупатели тоже оценили редкость этих монет. Сразу же после аукциона в феврале был дан старт к подготовке новой серии аукционов, которые пройдут уже в марте в городе Оснабрюке. На этот раз они будут проходить целую неделю — с 12 по 16 марта 2012 года.

Лот 5763. Талер немецкой земли Валленштайн 1626 года

Весенняя сессия фирмы Kuenker будет включать всего шесть аукционов. По старой традиции в понедельник начинаются торги по античным монетам. Всего будет предложено 1113 лотов по этой тематике. В понедельник после 16.00 начинаются торги по монетам Средневековья, которые продлятся до обеда вторника.

Ну а во вторник после 13.00 начинаются торги по наиболее объемной части аукциона — монетам Германии и мира. Более 3000 лотов представлены в этой части, и торги по ним пройдут до середины четверга.

А в четверг в 11.30 начнется аукцион, посвященный исключительно золотым монетам мира.

Лот 8027. Рубль Петра I 1725 года

Лот 8239. Рубль 1804 года правления императора Александра I

Лот 8265. 10 злотых 1823 года (выпуск для Польши)

Лот 8451. Золотая медаль Николая II «За спасение погибавших»

На нем представлено чуть более 1000 лотов, и торги по ним пройдут до 16.00. И завершаются «золотые» торги в четверг — 230 лотов из третей части шведской коллекции Хагандера.

Пятницу можно, безусловно, назвать русским днем в ходе этих недельных торгов. Всего представлено 511 лотов русских монет и медалей. Торги планируется провести до обеда, но они могут задержаться из-за повышенного интереса к лотам.

А завершается весенняя сессия монетами Германии с 1874 года.

На какие лоты хотелось бы обратить внимание читателей? Любителям античных монет будет очень интересен лот 823. Это римский ауреус 266 года с четырьмя портретами (старт 75 000 евро). Из европейских монет — тройная австрийская клипа 1626 года (лот 3600, старт 30 000 евро) и талер немецкой земли Валленштайн также 1626 года (лот 5763, старт 10 000 евро). Из золотых монет — польские 10 дукатов 1644 года с портретом Сигизмунда III (лот 6444, старт 30 000 евро).

Из русских монет наиболее интересны, на мой взгляд, следующие.

Лот 8027, старт 10 000 евро. Это рубль Петра I 1725 года. Монета примечательна тем, что это посмертный императорский выпуск рубля. Характерной особенностью является то, что на солнце на реверсе монеты появился крест, символизирующий траур по великому императору.

Лот 8239, старт 3000 евро — рубль 1804 года правления императора Александра I. Монеты в исключительной сохранности. Поскольку в этот период Россия была в периоде экономической стабильности, монеты были постоянно в обращении (соответственно, изнашивались), и найти экземпляры в идеальнейшей сохранности весьма сложно.

Лот 8265, старт 4000 евро — 10 злотых 1823 года (выпуск для Польши). Всего было выпущено 1124 монеты. Из-за особенностей рельефа портрета Александра I также тяжело найти хорошо сохранившийся экземпляр.

Лот 8451, старт 50 000 евро — это золотая медаль Николая II «За спасение погибавших», крайнее редкая по каталогу Дьякова R3.

Я выделил сейчас наиболее интересные лоты аукциона, но хотелось бы отметить, что на весенней сессии, в отличие от Берлинского аукциона (где выставляются только очень редкие предметы), коллекционеры смогут найти огромное количество монет для своей коллекции. Ведь стартовая цена на многие лоты начинается с 50 евро.

Удачных всем покупок!

Аукционы 204 – 209 в Оснабрюке, с 12 по 16 марта 2012 года

1,5:1

Царская Россия
Екатерина II, 1762 – 1796. 5 рублей 1762 года, Санкт-Петербург. Очень редкий, особенно в такой сохранности. Превосходный экземпляр с золотой патиной. xf-unc

Королевство Швеция
Густав Васа, 1521 – 1560. Талер 1534, Стокгольм. Очень редкий.

Город Регенсбург
5-тикратная талерная клипа. Предположительно уникат. xf

1,5:1

Царская Россия
Николай II, 1894 – 1917. Золотая наградная медаль без года. Очень редкая. xf

Царская Россия
Иван III, 1740 – 1741. Рубль 1741 года, Санкт - Петербург. Очень редкий в такой сохранности. xf

Город Эрфурт
Во владении Швеции. Единственно известный экземпляр из частной коллекции. xf

Город Рига
Во владении Швеции. Карл X. Густав, 1654 – 1660. Золотая монета к 100 дукатам, без года (1655). Наиредчайшая. xf-unc

Балтика
Эрнст Йоханн Бирон, 1762 – 1769. Дукат 1764. Очень редкий. xf

Римская Империя
Постумус, 260 – 268. Ауреус 266, Колония. Очень редкий. xf

Правление Каролингеров
Карл Великий, 768 – 814. Денар. Наиредчайший. vf

Римская Империя
Прокопиус, 365 – 366. Солидус, 365/366, Константинополь. Очень редкий. Almost xf

Священная Римская империя
Герцог Леопольд, 1619 – 1632. 3-хкратная талерная клипа без года. Очень редкая. xf

реклама

KÜNKER

Coin and Gold Trading
Auction House for Coins and Medals

Каталог 204: Античные монеты (1113 лотов)

Каталог 205: Тысячелетняя история монетной чеканки – блеск и очарование среднего века (1300 лотов)

Каталог 206: Монеты и медали нашего времени (3000 лотов)

Каталог 207: Золотая чеканка (1070 лотов)

Каталог 208: Швеция и ее владения – коллекция Хагандер, часть III (230 лотов)

Каталог 209: Русские монеты и медали • немецкие монеты с 1871 года (1000 лотов)

Закажите уже сегодня Ваши личные каталоги!

Телефон: +49 541 96 202 45
или + 49 541 96 202 68
Факс: +49 541 96 20 222
E-Mail: service@kuenker.de
По всему миру всегда с Вами:
www.kuenker.com

Сотрудничайте с нами – выставляйте Ваши монеты у нас!

Более 10000 клиентов по всему миру доверяют нашему аукционному дому. Мы гарантируем Вам профессиональную обработку Ваших монет и медалей, ссылаясь на новейшие экономические стандарты, а также на многолетний опыт более 200-ти успешно проведенных аукционов. На наших аукционах, проходящих регулярно 4 раза в год, принимают участие тысячи клиентов.

Fritz Rudolf Künker GmbH & Co. KG
Gutenbergstrasse 23 · 49076 Osnabrück
Germany · www.kuenker.com

Osnabrück · Berlin · Munich · Hamburg
Zurich · Znojmo · Moscow

Записала Ксения Чайкина

Ювелирная микромеханика

ЧАСТЬ 3

Мы продолжаем серию публикаций, посвященных изготовлению наручных ювелирных часов, а также международным стандартам и требованиям, предъявляемым к их конструкции и качеству. Профессиональную консультацию РЮ дает создатель первого в истории Санкт-Петербурга центра обслуживания швейцарских часов, первый сертифицированный швейцарскими производителями отечественный специалист, ведущий российский эксперт Виктор Петрович Латанский, генеральный директор сервисного центра швейцарских часов «СЕКУНДА Санкт-Петербург».

В предыдущей публикации мы рассказали о том, как важно, чтобы корпус ювелирных часов еще на этапе моделирования был идеально точно выверен геометрически, а затем и безупречно выполнен технически. Ведь в итоге часовой механизм должен быть предельно крепко установлен в корпус: именно от этого во многом зависит и надежность, и срок службы данного ювелирного изделия. Поэтому еще на начальном этапе создания наручных часов фирме-производителю необходимо в первую очередь определить для себя одну из трех основных разновидностей конструкций часового корпуса и, во-вторых, выбрать в соответствии с заданными потребностями наиболее подходящий из нескольких используемых в изготовлении способ установки и крепления механизма в часовой корпус.

Rolex. Ювелирный корпус GMT Master II. Желтое золото. Бриллианты, сапфиры

ЧАСОВОЙ КОРПУС: ОСНОВНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Классическая модель корпуса наручных ювелирных часов представляет собой совокупность четырех деталей: безеля (специального ободка), основной корпусной части, задней крышки, а также часового стекла. Эти составляющие обычно скрепляются между собой завинчиванием или защелкиванием, для сборки корпуса используются и винты. А поскольку для нормальной бесперебойной работы часов данная конструкция должна обеспечивать механизму и смазке максимальную защиту от вредного воздействия пыли, влаги, перепадов температуры, а также ударов и встрясок, иногда фирмы-изготовители объединяют в этой конструкции основную часть с безелем, а для особенно повышенной герметичности и вовсе производят часы с единым литым корпусом — так называемые часы-монокок.

В отличие от корпуса часов, конструкция которых объединяет основную часть и безель и в которые часовое стекло при изготовлении запрессовывается или вклеивается, часы-монокок делают принципиально по-иному. Механизм таких часов вместе с циферблатом и стрелками устанавливают со стороны безеля, при этом гибкое органическое стекло служит крышкой для корпуса. При помощи специального зажима стекло сдавливают, чуть уменьшая его диаметр, и помещают в особое округлое углубление во внутренней части безеля. Как только зажим убирают, стекло возвращается к своей первозданной форме, упирается в углубление и таким образом прочно удерживает часовой механизм на месте.

Рисунок 1. Конструкции часовых корпусов: из трех, двух и одной части

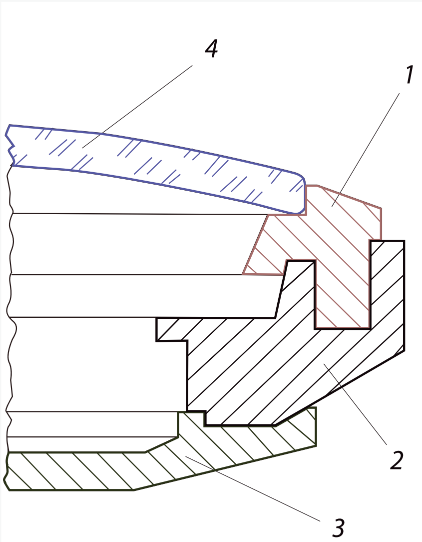
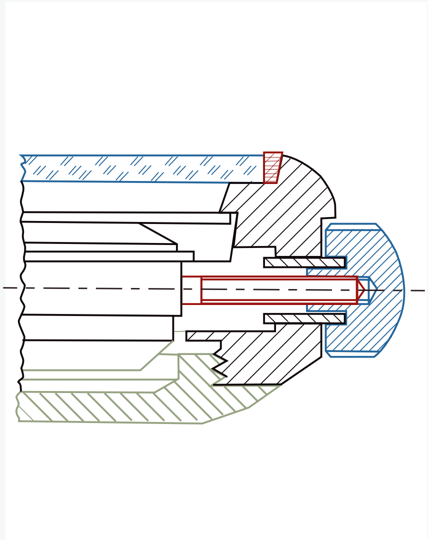
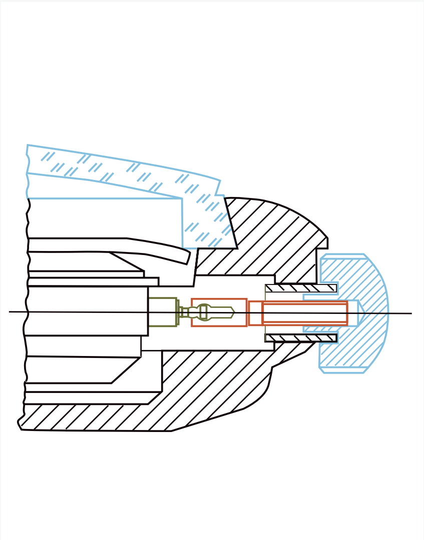
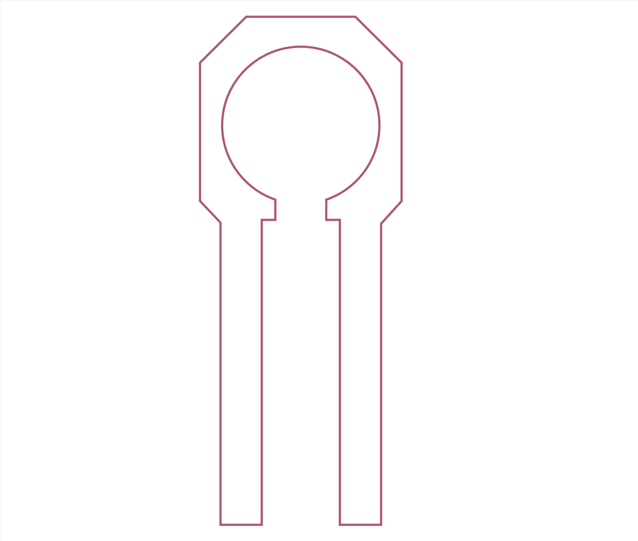
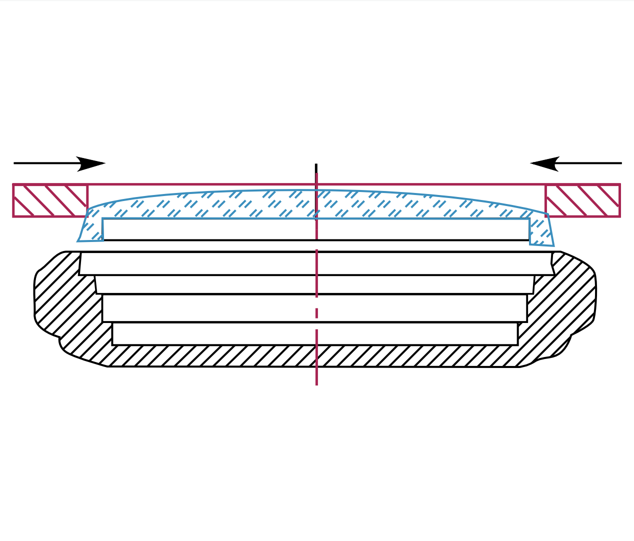
Устройство классического часового корпуса	Часовой корпус из двух частей и стекла	Литой корпус часов типа монокок
		
1 – безель (ободок) 2 – корпус 3 – задняя крышка 4 – стекло	Основная часть корпуса и безель (ободок) являются единым целым	Задняя крышка, основная часть корпуса и безель являются единым целым

Рисунок 2. Способ установки в часы-монокок стекла, выполняющего здесь роль крышки корпуса

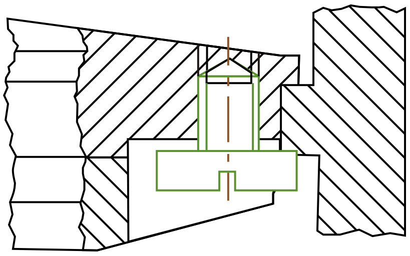
	
Специальный зажим	Часовое стекло сдавливают, устанавливают в корпус и разжимают

Следует добавить, что наряду с этими тремя наиболее распространенными конструкциями часовых корпусов существуют еще и те, что содержат больше вышеуказанных четырех деталей. Это часовые корпуса с дополнительной верхней (на циферблате) или второй (и даже третьей) задней открывающимися крышками и т. д., которые зачастую задумываются создателями ювелирных часов как основные, наиболее ценные декоративные элементы. При этом производители самых дорогих часов с высочайшего класса сложными механическими калибрами (например, скелетонов, хронографов ручной работы) стремятся открыть механизмы для созерцания, по-своему изготавливая всевозможные прозрачные корпуса. Для этого они обычно как минимум располагают еще одно стекло — на задней крышке корпуса.

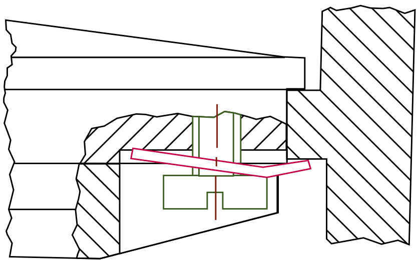
СПОСОБЫ УСТАНОВКИ И КРЕПЛЕНИЯ МЕХАНИЗМОВ В ЧАСОВЫЕ КОРПУСА

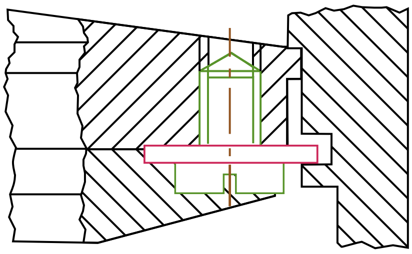
Следующий этап производства ювелирных часов связан с такими специальными терминами, как общий и несколько посадочных диаметров механизма. Большинство часовых механизмов имеют не только корпусной диаметр, но и еще один, так называемый общий, сделанный в виде небольшого гребешка, размеры которого отличаются от корпусного диаметра. Благодаря этому интересному дополнению установка и крепление механизма в корпус часов возможна несколькими различными способами, один из которых и выбирает изготовитель на основании своих конкретных потребностей. Вот некоторые из способов.

Рисунок 3. Способы установки и крепления часовых механизмов в корпуса

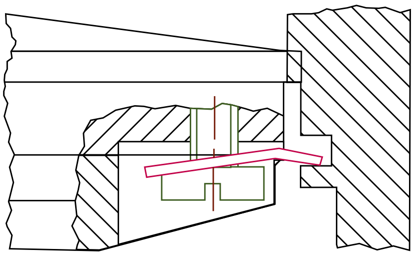


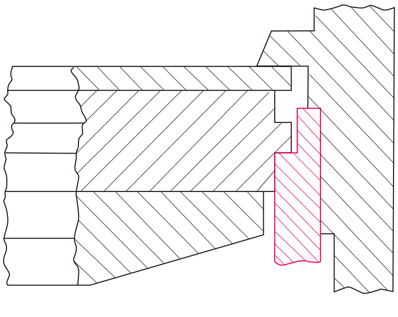
Крепление механизма, при котором корпус часов прилегает к его корпусному диаметру, возможно с помощью винтов платины этого механизма или специальных лапок — пластин, прижимающих механизм к корпусу. Если диаметр циферблата больше диаметра механизма часов, этот способ используется чаще всего. Сама установка механизма в корпус происходит в этом случае сверху, со стороны циферблата.



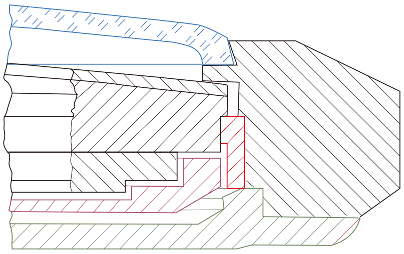


Установка механизма снизу, со стороны задней крышки, также используется, когда диаметр механизма меньше диаметра циферблата. Крепление механизма здесь осуществляется с помощью винтов или лапок, которые опираются на особую канавку, проточенную в корпусе.





Иногда производители предпочитают использовать механизм значительно меньшего, чем внутренний диаметр корпуса, размера. Особенно это актуально для кварцевых часов: хорошие механические часовые калибры крупнее, ведь они содержат больше деталей. Данный способ установки механизма предусматривает дополнительное изготовление специального корпусного кольца.



Специальные углубления в корпусе

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И ПОКРЫТИЯ ЧАСОВЫХ КОРПУСОВ

Корпуса ювелирных наручных часов изготавливают из золота, платины или серебра — металлов, именуемых драгоценными (из-за стоимости) и благородными (из-за коррозийной стойкости в агрессивных средах): они обладают такими важными технологическими качествами, как тягучесть, пластичность и хорошая способность сплавляться с другими металлами. И чтобы сделать, например, мягкое чистое золото износостойким и твердым, придать ему пластичность, ковкость и нужный цвет, производители часов легируют его с иридием, палладием, родием, серебром, медью, никелем, цинком или кадмием.

Некоторые фирмы предпочитают изготавливать часовые корпуса из менее чувствительной к режиму эксплуатации и потому весьма «практичной» нержавеющей стали или же таких высокотехнологичных материалов, как керамика или искусственный алмаз. Такие часы, несомненно, более долговечны и носки, потому что по прочности и твердости во много раз превосходят золотые, которые уже спустя месяц повседневной носки постепенно начинают терять свой внешний вид: на поверхности появляются первые царапины и потертости. Разумеется, это же касается и позолоченных часов.

Технологии покрытия часовых корпусов разнятся. Наиболее устойчивы к износу и коррозии покрытия, нанесенные простым гальваническим способом или методом ионного напыления (во втором случае покрытие получается в 2–3 раза более износостойким). Как правило, толщина золотого покрытия корпуса в недорогих часах (стоимостью около $100) составляет 3–5 мк, в более дорогих моделях ($500–700) — до 20 мк. Кстати, принято считать, что 1 мк равен 1 году службы покрытия. Ювелирные часы покрывают не только золотом, но и другими металлами, такими как платина, палладий и родий, а также легированное серебро.

Вообще, что касается износостойкости, то за ювелирными часами, как и за любыми ювелирными изделиями, чрезвычайно важен регулярный бережный уход, поскольку все они очень подвержены воздействию факторов окружающей среды. Все мы прекрасно знаем, что на драгоценные украшения оказывают губительное влияние йод и его соединения, хлор и его соединения, соли ртути и меди, высокие температуры, пот и индивидуальная кислотно-щелочная среда человека, уличная и домашняя пыль, повышенная влажность, парфюмерные средства и еще масса веществ, в контакте с которыми мы живем.

Именно поэтому ювелирные часы хотя бы раз в месяц рекомендуется очищать с помощью спецсредств для чистки ювелирных изделий (так называемой ювелирной косметики). Для этого лучше всего подходит высококачественная современная линейка профессиональной ювелирной косметики «ДАНИАЛИС». Соответствующая всем мировым стандартам и блестяще зарекомендовавшая себя, эта российская марка выпускает, например, хорошие влажные салфетки со специальной пропиткой, отличающиеся не только бережным и быстрым чистящим эффектом ювелирных изделий, длительной защитой их от повторного загрязнения, но и удалением микроцарапин и мелких повреждений с поверхности металла.

Chopard. Корпус часов L.U.C. с открывающейся задней крышкой. Белое золото

Chopard. Корпус часов Automatic из двух частей. Желтое золото

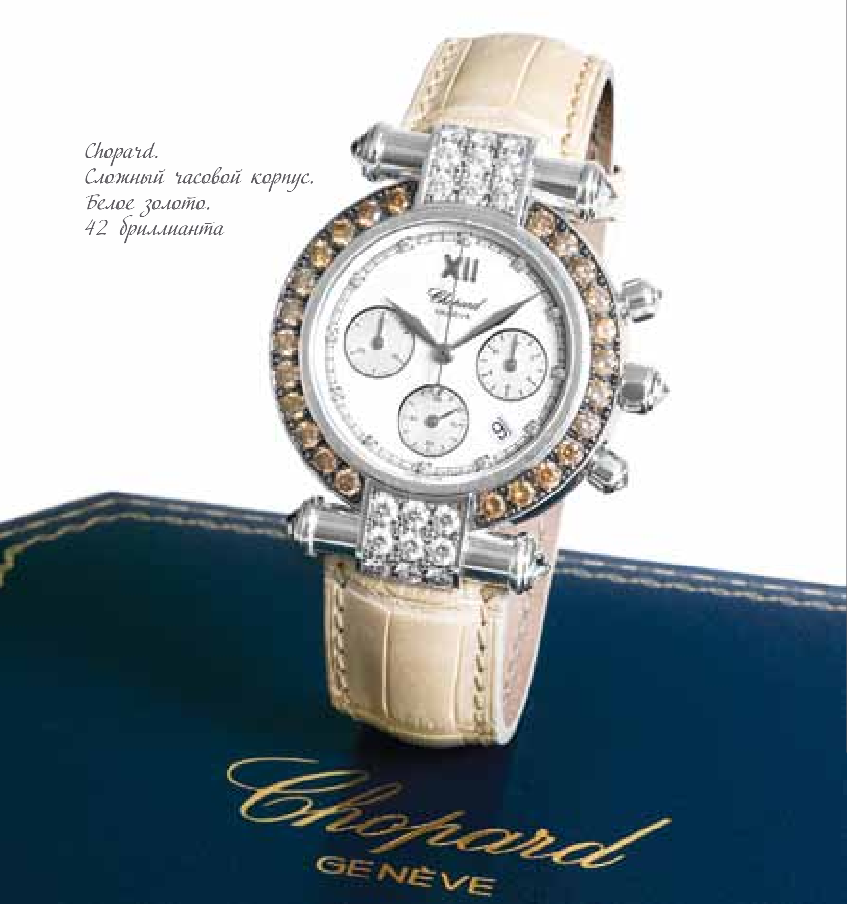
Chopard. Необычный корпус часов In God We Trust, стилизованных под 20-долларовую монету 1904 г., состоящий более чем из четырех частей

Chanel. Ювелирный корпус часов с 12 бриллиантами. Белая керамика

СПОСОБЫ ИЗГОТОВЛЕНИЯ КОРПУСОВ ЮВЕЛИРНЫХ НАРУЧНЫХ ЧАСОВ

Главной задачей при изготовлении часовых корпусов является наиточнейшее соблюдение всех геометрических пропорций. Международная организация по стандартизации — ISO (International Standards Organization) и Национальный институт биологических и медицинских исследований США — NIHS (National Institute of Health Sciences) подробно описывают различные способы проверки часов, а также приводят оценки, определяющие в конечном итоге качество часов по уровню их сопротивляемости различным явлениям. Следует иметь в виду, что данный уровень во многом зависит от того, насколько правильно изначально производителем был разработан проект корпуса наручных ювелирных часов.

Строжайшее соблюдение геометрии характерно для создания часового корпуса и отличает его от производства многих ювелирных изделий: он имеет очень сложную конфигурацию. Лапки для крепления ушек составляют одно целое с корпусом, в корпусе имеется несколько сбалансированных между собой уступов и углублений, предназначенных для крепления безеля, задней крышки и механизма, при этом корпус еще и должен соприкасаться с механизмом так, чтобы гарантировать ему соосность. Вообще, зазор между задней крышкой и механизмом должен составлять не менее 0,2 мм, так как необходимо обеспечить пространство и сектору автоподзавода, и балансу, и барабану, и контактам элементов питания (иногда для них специально делают особую проточку в корпусе). Это исключит возможность преждевременного износа деталей и обеспечит исправность функционирования часов.



Chopard.
Сложный часовой корпус.
Белое золото.
42 бриллианта

Итак, рассмотрим пять основных способов изготовления часовых корпусов. Первый, характерный для массового производства метод изготовления заключается в том, что заготовку корпуса сначала вырубают из толстой металлической ленты штампом (одновременно с вырубкой фасонный торец пуансона подгибает лапки), затем зачищают контур, обрабатывают токарным способом торцевую поверхность и лапки, вытачивают и высверливают все необходимые выступы, углубления и отверстия (в том числе отверстия под ушки и заводной вал), после чего корпус полируют.

Согласно второй технологии корпус часов вырезают из заготовки с помощью специального обрабатывающего центра с ЧПУ. Для этого способа характерны универсальность и хорошее качество обработки, однако стоимость оборудования при этом очень высока.

В третьем случае часовой корпус вырубают и выгибают штампом. Этот способ относится прежде всего к производству тонкостенных корпусов (кстати, он часто использовался при изготовлении советских золотых часов). Для этого метода характерны низкая себестоимость изделий (из-за малого веса) и сопровождающий ее очень низкий уровень пыле- и влагозащиты изделий.

Следующий, четвертый метод представляет собой литье корпуса с последующей механической его обработкой, в том числе ручной: после токарной обточки корпусного кольца производится либо припаивание, либо механическое прикрепление ушек. Этот способ чаще всего используется в индивидуальном производстве, но, по словам специалистов, с его помощью крайне сложно добиться правильной геометрии корпуса.

А вот пятый метод, когда часовой корпус сначала изготавливают в форме кольца, а затем к нему крепят ушки (которые вставляют в пазы или отверстия с последующей пайкой или механическим способом), отличается простотой изготовления и сложностью пайки.

И наконец, важно отметить, что если корпус и браслет часов представляют собой одно целое, то и браслет, как продолжение корпуса, должен быть изготовлен из того же самого материала. Эти часовые детали очень плотно крепятся друг к другу, поэтому браслет (в отличие от, например, пряжки ремешка) зачастую имеет точно такой же оттенок и пробу, что и корпус. О том, как создаются часовые браслеты и ремешки, с помощью каких материалов и как именно их украшают, а также все об особенностях стекол наручных ювелирных часов вы сможете прочесть в следующем номере журнала.

Продолжение следует

Сервис-центр по ремонту, обслуживанию и экспертизе швейцарских и других часов «СЕКУНДА Санкт-Петербург»

Санкт-Петербург, Казанская ул., 41
+7 (812) 710-67-37
+7 (812) 962-80-43
www.cekunda-spb.ru

RUSGEMS
Более чем достаточно!
Драгоценные и полудрагоценные камни
Жемчуг морской и пресноводный
Синтетические камни и фианиты "Dalloz"
Камнесамоцветное сырье
реклама
МОСКВА
Россия, 115419, Москва,
Ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2 Е
Тел. +7 (495) 730 00 46
Факс +7 (495) 730 30 36
E-mail: sales@rusgems.ru
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Россия, 197022, Санкт-Петербург,
П.С. Большой проспект, 100, офис 623
Тел./факс +7 (812) 335 55 69
КОСТРОМА
Россия, 156005, Кострома,
Ул. Советская, д. 69, пом. 2
Тел. +7 (4942) 47 15 12
Факс +7 (4942) 47 15 32
E-mail: kostroma@rusgems.ru

500 лет истории европейского часового искусства

В Оружейной палате Музеев Кремля прошла выставка «500 лет истории европейских часов». В экспозицию вошло около шестидесяти удивительных по красоте, тонкости исполнения и мастерству предметов из ведущих европейских музейных и частных собраний, рассказывающих пятисотлетнюю историю часового дела. Эта экспозиция состоялась благодаря организатору — швейцарскому Фонду высокого часового искусства (Fondation de la Haute Horlogerie) и лично его главе Фабьен Люпо.

Girard Perregaux

Cartier

Выставка в Оружейной палате — это история того, как человек пытался «приручить» время. Каждая вещь демонстрирует достижение в разные этапы становления часового производства. На выставке были представлены часы и механизмы Cartier, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, Павел Буре, Zenith, Van Cleef & Arpels, IWC, Girard-Perregaux, Baume & Mercier, Piaget, Montblanc и другие.

Самый старый экспонат — удивительные часы 1585 года с одной стрелкой, показывающие время с погрешностью 40 минут, подписанные Жилем Ван Гееле. Только в следующем веке, когда голландский математик Христиан Гюйгенс изобрел маятник, точность хода часов увеличилась. Благодаря этим достижениям у часов, имевших до того лишь одну часовую стрелку, появилась стрелка для указания минут. Здесь также можно увидеть один из первых хронографов, карманные часы Николая II, часы, дизайн которых придумала герцогиня Виндзорская, самый маленький в мире часовой механизм «Калибр 101».

Самой популярной формой часов в XVII—XVIII веках был крест. В середине XIX века в моду входят «фантазийные» модели — на выставке представлены часы в виде желудя и башмачка. По часам можно было узнать о нравах общества. Например, наручные часы, похожие на браслет с закамуфлированным циферблатом, стилизованный под навесной замок на цепочке, позволяли дамам, не нарушая этикета, незаметно узнавать время, так как открыто смотреть на часы считалось дурным тоном. Только с начала 30-х годов XX века стало прилично светской даме появляться с наручными часами.

Одна из тем выставки посвящена связям иностранных мануфактур с царской Россией, когда в XVII веке царь Михаил Федорович за время своего правления импортировал 20 тысяч часов. Тем самым был дан толчок тому, чтобы в XVIII веке многие часовщики переселились в Россию и открыли свои производства.

Уникальный вернисаж, прошедший в Оружейной палате Музеев Кремля, имел огромный успех у приглашенных гостей — представителей посольств, дипломатов, бизнесменов, коллекционеров, иностранной прессы.

MIH

Торговать по низким ценам?..

- Мы можем себе это позволить!

www.sapphire.ru

САПФИР

реклама

Светлана Гураль

Ювелирный гид покупателя

В Издательском Доме «6 карат» готовится новинка — книга «Ювелирный гид покупателя» (рекомендации по выбору и покупке ювелирных изделий).
Яркая, красочная, современная по дизайну и стилистике, новая книга основана на стремлении человека получать информацию и знания, на желании получать эстетическое и эмоциональное удовольствие от красивых и умных вещей. Основное предназначение книги — реальная помощь покупателю в выборе ювелирного украшения. А для продавцов магазинов «Ювелирный гид» — замечательный набор шпаргалок для презентации драгоценностей.

Друза агата
Фото: Н. А. Клотовой

Книга состоит из трех главных частей:

«Советы и рекомендации по выбору и покупке ювелирных украшений» — информация о камнях и металлах, конструктивных элементах украшений; рекомендации по подбору драгоценностей с учетом особенностей фигуры, строения лица в соответствии с современной модой и стилем.

«Уход за ювелирными украшениями» — рекомендации по уходу за изделиями.

«Таинственный мир ювелирных камней» — информация о лечебных свойствах камней, астрологическом соответствии ювелирных камней и знаков зодиака, талисманах и оберегах.

Начинаем печатать выдержки из новой книги одного из авторов книги Светланы Гураль.

МАГИЯ ЮВЕЛИРНЫХ КАМНЕЙ

К выбору камня для ювелирного украшения с самых древних времен относились с большой ответственностью. Для того чтобы у ювелиров успешно шли дела, они должны были умело подбирать камни для своих клиентов. Таким образом, изучая магические и лечебные свойства камней, они становились по совместительству астрологами и врачами. Ведь камень в кольце, подвеске, серьгах, кулоне — это не только символ, подчеркивающий индивидуальность владельца, «оправа» для красоты женщины, показатель статуса или произведение искусства. Каждый камень — живое существо, помимо эстетической ценности обладающее своей неповторимой энергетикой. Не зря древние называли их «обителью Бога».

Камни-талисманы, обереги и амулеты призваны приносить счастье и удачу, оберегать своего владельца от несчастий, болезней, дурного глаза, злых чар.

Прочитав данную главу, вы сможете самостоятельно подобрать камень, который станет для вас идеальным спутником и помощником по жизни.

АВАНТЮРИН

Любопытно, что такое веселое название сначала было дано не природному камню, а искусственному продукту, изобретенному на итальянском острове Мурано в XIII веке. Как гласит предание, некий венецианский художник во время варки стекла случайно уронил в него несколько опилок желтой меди. В результате такой небрежности получился очень необычный материал, который назвали авантюрином (от итальянского слова «аввентуро» — случайно).

Настоящим же авантюрином является горная порода группы кварцита с включениями чешуек слюды, гетита, гематита, что придает камню характерное мерцание. Зеленый цвет обусловлен мелкими рассеянными частичками хромистой слюды (фуксина), красно-бурый — пластинками гематита. Авантюрином называют также минерал группы полевых шпатов с чешуйками гетита и магнетита. Синонимы — авантюриновый шпат, авантюриновый лабрадор и солнечный камень.

Сегодня под названием авантюрин существуют несколько различных камней. Чаще всего речь идет об имитации, которую получают, добавляя в расплавленную стеклянную массу оксиды меди и железа, хрома и кобальта, что обусловливает и разницу в цвете — зеленый, красно-бурый, синий, черный. Несмотря на искусственное происхождение, имитации авантюрина выглядят ярче и эффектнее природного камня. Не менее эффектны и их коммерческие названия: синий и черный авантюрин называют «Ночи Каира», а красно-бурый — «Золотой песок». Авантюриновое стекло часто оправляют в золото.

Авантюрин — камень людей, которым скучно жить без перемен и неожиданных поворотов судьбы. В древности его считали талисманом игроков, дающим везенье в игре, удачу в делах и помогающим в рискованных ситуациях. Талисманы из авантюрина не дают скучать своему хозяину, создают счастливое, радостное настроение, превращает его мир в яркий, праздничный фейерверк, дают ощущение легкости и полета. Если кому-то не везет в любви, смело надевайте авантюрин — один из лучших любовных талисманов, толкающий на сумасбродные поступки.

Авантюрин

Авантюрин

Автомобилистам рекомендуется сделать авантюриновую вставку в переключатель скоростей или просто положить кусочек авантюрина на приборную доску. Это помогает не уставать за рулем и создает в салоне комфортную обстановку.

Литотерапевты используют натуральный авантюрин при различных заболеваниях кожи (сыпях, экземе, облысении). Он помогает также при лечении заболеваний сердца, связанных с аритмиями, особенно при замедлении ритма. Если носить золотое кольцо с авантюрином на среднем пальце руки, это помогает выйти из депрессивного состояния, снимает хандру, пробуждает сексуальное влечение.

Авантюрин могут носить люди, рожденные под знаками Земли и Воды, к которым относятся Рак, Скорпион, Рыбы, Козерог, Телец и Дева.

АГАТ

Агаты — слоистые, разноцветно-полосатые, с причудливыми узорами халцедоны. Если на срезе камня полосы концентрические или зигзагообразные, то такой камень называют агатом. Прямые параллельные полосы имеет разновидность агата — оникс. Учитывая разнообразие рисунков на срезах

агата, его без преувеличения можно назвать камнем-живописцем. По цвету слоев, рисунку и расположению вкраплений различают десятки разновидностей: пейзажные, облачные, руинные, башенные, моховые, древовидные. Человек, владеющий языком символов, в срезах агата может прочитать всю историю Земли.

Как гласит предание, чаша, в которую Иосиф Аримафейский собрал кровь распятого Христа, была изготовлена из агата. В эпоху Возрождения в Италии агат считался талисманом художников — он давал мастерство и вдохновение.

Агат — один из самых дружелюбных и преданных своему хозяину камней. Не зря его называют камнем-собакой. Он принимает человека со всеми его недостатками, надо только любить его и искренне им восхищаться. Находящийся в доме на открытом возвышенном месте, он защищает от негативной энергии не только своего хозяина, но и пространство вокруг него. Людям, чей род деятельности связан с большим числом посетителей, рекомендуется на рабочем столе хранить агатовые срезы, особенно с рисунком в виде глаза. Такие камни издревле назывались Глаз Бога.

В былые времена агат носили в качестве своеобразного «детектора лжи». Считалось, что хозяин агата никогда не будет обманут. Ношение агата в перстне на левой руке помогает преодолеть раздражительность, оберегает от злословия.

Как талисман агат наделяет мужчин «прелестью и любовными чарами». Подаренный от чистого сердца, он вызывает расположение к дарителю, примиряет после ссоры.

Если вам необходимо подобрать амулет для маленького ребенка, то лучше агата не найти. Раньше в каменистых местностях, где встречались агаты, в детской комнате часто держали агат с рисунком глаза, обработанный в форме шара или яйца. В Грузии новорожденным во время обряда крещения надевали на запястье бусинку из белого агата.

Как амулет от неразумной траты денег агат рекомендуется носить с собой во время посещения магазинов.

Браслет из агата

С давних времен считалось, что агат успокаивает головные боли, снижает количество приступов у эпилептиков и страдающих лунатизмом, является хорошим тонизирующим средством. Это камень долголетия и устойчивой психики в старости, поскольку противодействует развитию склероза.

При ангине носят бусы из агата, при различных заболеваниях зубов — серьги, при подагре, болезнях суставов надевают агатовые браслеты. Агатовая брошь облегчает состояние при астме, воспалении легких, бронхитах. Перстень с агатом носят на безымянном пальце левой руки те, кто страдает сердечными заболеваниями; на среднем пальце правой руки — люди, склонные к истерикам, страдающие бессонницей и беспричинными страхами.

В качестве талисмана агат подходит всем, но особенно помогает родившимся под знаком Тельца и Весов.

Друза агата

6 карат
международный бизнес•центр

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ «МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ» НА МАРТ-АПРЕЛЬ 2012 г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
		МАРТ	
1	**12 марта**	Семинар «Экономика ювелирного магазина»	*Руководители ювелирных магазинов, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы*
2	**13 марта**	Семинар «Система материального стимулирования ювелирного предприятия»	*Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы*
3	**14–15 марта**	Семинар «Практика привлечения и удержания клиентов. Программа лояльности»	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
4	**20 марта**	Семинар «Инструменты анализа в управлении ассортиментом для торговых домов и ювелирных магазинов»	*Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы*
4	**21–22 марта**	Семинар «Оформление ювелирного магазина от А до Я»	*Руководители, дизайнеры, мерчандайзеры, администраторы ювелирных магазинов*
5	**23 марта**	Мастер-класс «Специальные приемы выкладки ювелирных украшений»	*Руководители, дизайнеры, мерчандайзеры, маркетологи, администраторы, продавцы*
6	**26–27 марта**	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных украшений»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по розничным продажам*
7	**26–27 марта**	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных изделий»	*Специалисты по оптовым продажам*
8	**28–29 марта**	Личностный тренинг имиджа «Стиль жизни»	*Широкий круг специалистов*
		АПРЕЛЬ	
9	**2 апреля**	Семинар-практикум «Специальные приемы подбора продавцов на работу (методы и технологии)»	*Владельцы, руководители ювелирных магазинов и сетей, управляющие, администраторы, старшие продавцы, специалисты отделов по работе с персоналом*
10	**3 апреля**	Семинар-практикум «Разработка и внедрение стандартов работы сотрудников ювелирной компании»	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов по работе с персоналом*
11	**4 апреля**	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	*Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний*
12	**5–6 апреля**	Семинар «Креатив в ювелирной рекламе (или как сэкономить 70% на рекламном агентстве)»	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
13	**25 апреля**	Семинар шведского дизайнера Екатерины Сисфонтес «Стили ювелирных украшений: методика определения и описания»	*Владельцы и руководители ювелирных компаний, коммерческие директора и технологи, арт-директора, дизайнеры, менеджеры по продажам и закупкам, продавцы-консультанты, мерчандайзеры и широкий круг почитателей ювелирного искусства*
14	**26–27 апреля**	Семинар шведского дизайнера Екатерины Сисфонтес «Проектирование украшений в стиле минимализм»	*Дизайнеры, художники, арт-директора, технологи и широкий круг специалистов*

Внимание! В расписании возможны изменения. Следите за обновлениями на сайте http://www.6carat.ru/
Получить информацию по семинарам можно по телефонам:
+ 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79
или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

МАРТ

2 марта Гумерова Хидая Фагимовна, генеральный директор ЗАО ТПК «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»

7 марта Фаберже Татьяна Федоровна

7 марта Богданов Алексей Леонидович, учредитель Группы компаний «НИКА»

9 марта Гутерман Максим Аркадьевич, коммерческий директор ООО «Топаз «Костромская ювелирная фабрика»

13 марта Гутерман Аркадий Леонидович, генеральный директор ООО «Топаз «Костромская ювелирная фабрика»

14 марта Уткин Эдуард Юрьевич, генеральный директор ЮД «Кадо»

15 марта Царенков Александр Михайлович, генеральный директор ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»

15 марта Мордехашвили Георгий Михайлович, учредитель Группы компаний «НИКА»

23 марта Кочетков Владислав Николаевич, генеральный директор компании Valtera

23 марта Михайлова Любовь Васильевна, коммерческий директор ООО ТК «Баск-Крин»

2 марта день рождения ЗАО «ЮД «Садко»

3 марта день рождения ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»

19 марта день рождения ООО «Кахолонг»

РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

RUSSKIYE SAMOTSVETY

1912 – 2012

100 лет ювелирным традициям

Призер конкурса «Лучшие украшения России»
в 2011 году в номинации «Ювелирный подарок»

реклама

Россия, 195112, Санкт-Петербург, пл. Карла Фаберже, д. 8, с 10.00 до 21.00 (ежедневно)
тел.: (812) 528-01-03, (812) 528-03-72, факс (812) 528-09-18, e-mail: office@russam.ru
www.russam.ru Интернет-магазин: www.russammarket.ru

Разработка и изготовление высокохудожественных ювелирных изделий с применением техники эмаль-гильоше, изготовление корпоративных орденов, медалей, знаков

2009

2010

2011

2011

"Сергей Квашнин"
ювелирная компания

Россия, Киров
www.kvashnin43.ru
e-mail: kvashnin-55@mail.ru

реклама